समाचार सम्पादन और पृष्ठ सज्जा

प्रकाशक : श्री यूनिवर्सल बुक डिपो,
राजापार्क, जयपुर–302004

मुद्रक : डी. एम. प्रिन्टर्स, झांकड़ी का रास्ता,
किशनपोल बाजार, जयपुर–302001

आवरण : डॉ. प्रेमचन्द गोस्वामी

अपनी बात....

पत्रकारिता विषय पर हिन्दी में कम ही पुस्तकें हैं, लेकिन कोई ऐसी नही है जो विशेष रूप से समाचार सम्पादन और पृष्ठ सज्जा के कार्य को दृष्टि में रखकर लिखा गई हो। इस अभाव की पूर्ति के लिये ही इस पुस्तक का लिखना गत् दो वर्ष पूर्व प्रारम्भ किया गया था।

मेरी मान्यता है कि पत्रकारिता में दो बातें महत्त्वपूर्ण है—एक समाचार लेखन दूसरा समाचार सम्पादन और पृष्ठ सज्जा। आज की पत्रकारिता दिन पर दिन तेज गति से विकसित होती जा रही है, उसमे नित्य नये परिवर्तन होते जा रहे है चाहे वह समाचार संकलन मे हो, या समाचार लेखन में और या समाचार सम्पादन तथा पृष्ठ सज्जा मे। अब वह जमाना लद गया जब पत्रकार समाचार लिखकर अपने कार्य की इतिश्री समझ लेता था। अब उसे समाचार लेखन के अतिरिक्त समाचार सम्पादन, समाचार प्रस्तुतीकरण, पृष्ठ सज्जा, शीर्षक, चित्र, कार्टून, प्रेस-फोटोग्राफी आदि बातों की भी जानकारी होनी आवश्यक है। तभी वह अपने कार्य मे निपुण हो सकता और उसे अच्छी तरह सम्पादित कर सकता है।

आज भी हिन्दी समाचार-पत्रो में समाचार सम्पादन करते समय पृष्ठ सज्जा की ओर अपेक्षित ध्यान नही दिया जाता है। यदि इस ओर थोड़ा ध्यान दिया भी जाता है तो मुख पृष्ठ की ओर तथा शेष पृष्ठों को तो बस भगवान भरोसे ही छोड़ दिया जाता है। समाचार पत्रो मे साज सज्जा पुराने ढर्रे पर ही चल रही है, जबकि आज का पाठक इतना जागरुक हो गया है कि वह समाचार-पत्रों में प्रतिदिन नवीनता देखना चाहता है।

समाचार-सम्पादन और पृष्ठ सज्जा पर कुछ ही हिन्दी समाचार पत्रों ने विशेष ध्यान दिया है, जिनमें जनसत्ता (नई दिल्ली), 'नई दुनियां' (इन्दौर) और 'राजस्थान पत्रिका' (जयपुर) विशेष रूप से उल्लेखनीय है। और यही कारण है कि इन पत्रों ने अन्य समाचार-पत्रों की अपेक्षाकृत अधिक लोकप्रियता प्राप्त की है और अपनी प्रचार-प्रसार सख्या लाखों तक पहुँचाई है।

प्रस्तुत पुस्तक समाचार सम्पादन और पृष्ठ सज्जा की प्रक्रिया से सम्बद्ध है। समाचार पत्र कार्यालय से लेकर समाचार-पत्र के विभिन्न पृष्ठो को तैयार करने के के व्यावहारिक पक्ष की जानकारी इसमें दी गई है। इसमें समाचार, समाचार चयन व सम्पादन, सम्पादकीय विभाग, उप सम्पादक, समाचार प्रस्तुतीकरण एवं पृष्ठ सज्जा, शीर्षक, आवरण कथा एवं स्तम्भ, प्रेस फोटोग्राफी, कार्टून, पत्रकार आचार संहिता, रेडियो समाचार, दूरदर्शन समाचार, प्रेस कानून, प्रूफ संशोधन आदि का विशद् विश्लेषण किया गया है।

भारत में पत्रकारिता प्रशिक्षण, भारत के प्रमुख समाचार पत्र प्रकाशन गृह, पत्रकारिता के क्षेत्र में दिये जाने वाले प्रमुख पुरस्कार, प्रथम प्रेस आयोग, द्वितीय प्रेस आयोग और पत्रकारिता विषयक पुस्तकों की हिन्दी और अंग्रेजी में सूची परिशिष्ट में दी गई है।

भारतीय पत्रकारिता पर अमेरिका और ब्रिटेन की पत्रकारिता का प्रभाव है, फिर भी भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता, समाचार चयन व सम्पादन, प्रस्तुतीकरण और पृष्ठ सज्जा आदि में अपनी विशिष्टता लिये हुए कुछ भिन्न प्रकार की है। इन्हीं सभी बातों का ध्यान इस पुस्तक को लिखते समय रखा गया है।

दैनिक हिन्दुस्तान, नई दिल्ली के विशेष संवाददाता तथा पत्रकारिता विभाग, राजस्थान विश्वविद्यालय जयपुर के पूर्व मानद् परामर्शदाता डॉ. भँवर सुराणा तथा दूरदर्शन और आकाशवाणी ग्रामीण कार्यक्रम समन्वय समिति, जयपुर के सदस्य-सचिव डॉ. महेन्द्र मधुप ने इस पुस्तक की पाडुलिपि में संशोधन और संवर्धन के लिए आवश्यक परामर्श देकर मेरे उत्साह को बहुत बढाया। डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ रीडर हिन्दी विभाग, कुमायू विश्व विद्यालय नैनिताल, श्री श्याम आचार्य समाचार सम्पादक 'जनसत्ता' नई दिल्ली, श्री दुर्गा शंकर त्रिवेदी मुख्य उप सम्पादक राजस्थान पत्रिका, जयपुर और श्री ब्रजमोहन बर्मा प्रोड्यूसर दूरदर्शन जयपुर तथा अन्य मित्रो का भी आभारी हूं, जिन्होंने प्रस्तुत पुस्तक के सम्बन्ध में समय-समय पर अपने सुझाव दिये। पत्रकारिता विषयक हिन्दी और अंग्रेजी भाषा की अनेक कृतियों से भी मुझे मार्ग-दर्शन मिला है।

पुस्तक के छाया-चित्र के लिए श्री लियाकत अली भाटी और आवरण पृष्ठ के लिए डॉ. प्रेमचन्द गोस्वामी का आभारी हू। इस रचना को मूर्त रूप देने में मैं अपनी पत्नी श्रीमती सुलोचना जैन के सहयोग की प्रशसा किये बिना नहीं रह सकता जिन्होंने मुझे पारिवारिक व्यस्तताओं से मुक्त कर मेरे द्वारा की गई गार्हस्थ की उपेक्षा को अनेक महीनों तक चुपचाप सहन किया।

पुस्तक प्रकाशन पक्ष को संभालने और इसे शीघ्र ही पाठकों तक इस रूप में पहुँचाने में श्री संतकुमार बंसल ने जो उत्साह और परिश्रम किया है, उसकी सराहना किये बिना मैं नहीं रह सकता। उनकी आत्मीयता के प्रति भी आभारी हूं। डी. एम. प्रिण्टर्स, जयपुर के प्रो श्री अशोक शर्मा के प्रति भी मैं आभार व्यक्त करना चाहूंगा जिन्होंने शीघ्र से शीघ्र इस पुस्तक को सुसज्जित मुद्रित करने का भार उठाया।

वसन्त पंचमी — डॉ. रमेश जैन
13 फरवरी, 85
पत्रकारिता विभाग
राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर



विषय-सूची

सन् 1941 में पंजाब विश्वविद्यालय लाहौर में पत्रकारिता-विभाग की स्थापना कर भारत में सुव्यवस्थित पत्रकारिता-प्रशिक्षण का प्रारम्भ और उसे नई दिशा प्रदान करने वाले श्री पृथ्वीपाल सिंह को सादर समर्पित.........

—डॉ. रमेश जैन

1

समाचार

'समाचार' क्या है ?

इस रोमांचकारी शब्द 'समाचार' की कोई एक ठोस परिभाषा अब तक नहीं की गई है। समाचार-पत्र में जो भी कुछ छपता है, वह सब समाचार नहीं होता। समाचार-पत्रों मे जानकारी, वार्ता और अफवाहों की भरमार होतीहै, लेकिन हर जानकारी हर बात और हर अफवाह समाचार नहीं होता। तब प्रश्न उठता है कि समाचार क्या है ? उसकी परिभाषा क्या है ? उसका स्वरूप क्या है ? इन प्रश्नों का उत्तर अनेक व्यक्तियो ने दिया है। ये उत्तर व्यक्तिगत मान्यताओं और भावनाओं पर आधारित हैं, अतः उनमें अन्तर होना स्वाभाविक है। कुछ महत्वपूर्ण और रोचक परिभाषाएँ इस प्रकार है.—

"पर्याप्त सख्या मे मनुष्य जिसे जानना चाहें वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमो का उल्लघन न करे।"

"कोई भी घटना जिसमें 'मनुष्यों' की दिलचस्पी हो' समाचार है।" —मे. जे. गिडनर

"पाठक जिसे जानना चाहते हैं, वह समाचार है।"

"समाचार सामान्यतः वह उत्तेजक सूचना है जिससे कोई व्यक्ति सन्तोष अथवा उत्तेजना प्राप्त करता है।"

"अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में होती है, वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है, जिसमे बहुसम्यक लोगों की अधिकतम रुचि हो।" —विल्सन ब्रुन

अंग्रेजी मे समाचारों को 'न्यूज' कहते है। इस शब्द के चार अक्षर होते है—एन. ई. डब्ल्यू एस.। इन अक्षरों से चारों दिशाओं—उत्तर (नार्थ), पूर्व (ईस्ट), पश्चिम (वेस्ट) और दक्षिण (साउथ) का बोध होता है। अतः यह कहा जा सकता है कि जो चारो दिशाओ का बोध कराये, वह समाचार है। संभवतः इसी दृष्टि से हेडन के कोश मे समाचार की परिभाषा 'सब दिशाओ' की घटना दी गई है।

अंग्रेजी का "न्यू" लैटिन के 'नोवा' और लैटिन का 'नोवा' संस्कृत के 'नव' शब्द पर आधारित है। इन तीनों शब्दों का एक ही अर्थ है 'नवीन'। वास्तव मे समाचार तो वह है, जो नवीन है। महाकवि जयशंकर प्रसाद ने ठीक ही

कहा है—"प्रकृति के यौवन का शृंगार करेंगे कभी न बासी फूल।" जैसे कोई बासी फूलों को पसन्द नहीं करता उसी प्रकार कोई भी पाठक बासी समाचार पढ़ना रुचिकर नहीं समझता। सत्य तो यह है कि समाचार का शिवत्व उसकी नवीनता में है।

"समाचार वह है जिसे प्रस्तुत करने में किसी बुद्धिमान (समाचार-पत्र के) व्यक्ति को सबसे अधिक सन्तोष हो, और जो ऐसा है जिसे प्रस्तुत करते समय प्रस्तुत-कर्त्ता को अधिक लाभ तो न होता हो, परन्तु जिसके सम्पादन से ही उसकी व्यावसायिक कुशलता का पूरा-पूरा पता चलता हो। सम्पादक की इस क्षमता की सबसे बड़ी कसौटी अस्पष्टताओं और दुरूहताओं की ओट में छिपे महत्वपूर्ण तथ्यों को इस ढंग से प्रस्तुत करना है कि उन तथ्यों को इस दुनिया के वे लोग भी समझ जायें जिनमें अज्ञानता, लापरवाही और मूर्खता ही भरी है तथा विचारों के संघर्ष के प्रति रुचि का अभाव है।"

"श्रेष्ठ समाचार की परिभाषा यद्यपि यही है, तथापि साधारण व्यवहार में समाचार वे हैं जो अखबार में छपते हैं और अखबार वे हैं जिन्हें समाचार-पत्र में काम करने वाले तैयार करते हैं। यह कथा यद्यपि वेदना मूलक है तथापि कटु व्यंग्य होते हुए भी सत्य है।"

—जेराल्ड डब्ल्यू जानसन

"जिसे अच्छा सम्पादक प्रकाशित करना चाहे, वही समाचार है।"

"समाचार घटना का विवरण है। घटना स्वयं में समाचार नहीं।"

"घटनाओं, तथ्यों और विचारों की सामयिक रिपोर्ट समाचार है, जिसमें पर्याप्त लोगों की रुचि हो।"

—विलियम एल. रिवर्स

"वह सत्य घटना या विचार जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की अभिरुचि हो।"

—एम. लाइल स्पेंसर

"उन महत्वपूर्ण घटनाओं की जिनमें जनता की दिलचस्पी हो, पहली रिपोर्ट को समाचार कह सकते हैं।"

—हरी सी. हापवुड

"किसी समय होने वाली उन महत्वपूर्ण घटनाओं के सही और पक्षपात रहित विवरण को, जिनमें उस पत्र के पाठकों की अभिरुचि हो, हम समाचार कह सकते हैं।"

—विलियम एस. मासबाई

शिकागो के दो पत्रकारों—हार्पर लीच और जॉन सी. कैरोल ने अनेकों वर्ष पूर्व 'समाचार' की परिभाषा पर एक पुस्तक ही लिख डाली थी। इन लेखकों ने अपनी पुस्तक का आरम्भ इस वाक्य से किया था—

'समाचार' अति गतिशील साहित्य है। समाचार-पत्र समय के कंधे पर इतिहास के बहुरंगे बेल बूटेदार कपड़े को बुनने वाले तकुए हैं।"

डॉ. नन्दकिशोर त्रिखा ने अपनी पुस्तक 'समाचार संकलन और लेखन' का प्रथम वाक्य इस प्रकार लिखा है—"समाचार-पत्र का मौलिक कच्चा माल न कागज है, न स्याही। वह है समाचार। फिर चाहे प्रकाशित सामग्री ठोस संवाद के रूप में हो या लेख के रूप में सबके मूल में वही तत्त्व रहता है जिसे हम समाचार कहते हैं"। समाचार के बोध का विवेचन करते हुए उन्होंने आगे लिखा हैं— "परिभाषा के बिना भी समाचार का बोध पाठक को उस स्पंदन से होता है जो वह उसे पढ़कर प्राप्त करता है। समाचार का बोध उस आंशिक या पूर्ण सन्तोष से भी होता है जब पाठक उसे पढ़कर अपने को अधिक सूचित, ज्यादा शिक्षित पाता है। स्पंदनकारी वही होगा जो मन-मस्तिष्क को दिलचस्प लगे। मानसिक सन्तोष उससे मिलेगा जो महत्त्वपूर्ण जानकारी देगा। अतः समाचार को सदैव नया, दिलचस्प, मनोरंजक और महत्त्वपूर्ण होना चाहिए।"[1]

दिल्ली पत्रकार यूनियन के तत्वावधान में आयोजित 'भारतीय प्रेस' पर गोष्ठी (27 जनवरी, 1968) का समारम्भ करते हुए 'नेशनल हेराल्ड' के सम्पादक श्री मनुकोण्डा चलपति राव ने समाचार की एक नयी व्याख्या की। थी कि समाचार की नवीनता इसी में है कि वह परिवर्तन की जानकारी दे। वह जानकारी चाहे राजनीतिक, सामाजिक अथवा आर्थिक हो। परिवर्तन में भी उत्तेजना है। श्री चलपति राव ने समाचार की उस पुरानी परिभाषा को बदल देने पर जोर दिया जिसके अनुसार "अगर कुत्ता आदमी को काटे तो समाचार नहीं बनता। हां, यदि आदमी कुत्ते को काटे तो समाचार बन जाता है।" यह पश्चिमी देशों की परम्परा पर आधारित प्राचीन परिभाषा है। अब विश्व तेजी से बदल रहा है। नई परम्पराएं स्थापित हो रही हैं। समाचार के बारे में भी मान्यताएं बदल गई हैं।

एक विद्वान ने समाचार की बड़ी गभीर परिभाषा की है—"जिसे कहीं कोई दबाना चाह रहा हो, समाचार है, शेष सब विज्ञापन।" इस एक पंक्ति में समाचार-पत्र और उसके पाठक की अनुभूति का बड़ा मर्म छिपा है।

श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने समाचार की व्याख्या करते हुए लिखा है—"सूखे तथ्यों को समाचार नहीं माना जाता। वे तथ्य ही समाचार हैं जो पाठक के जीवन, सुख-दुख, भावना और विचारों पर प्रभाव डालते, उसे रुचिकर प्रतीत होते और आनन्द देते हैं।"[2]

श्री के. पी. नारायणन ने समाचार के सृजन में सत्य को महत्त्वपूर्ण तत्त्व माना है। उनकी मान्यता है—"जिन तत्त्वों से समाचार बनता है, उनमें सबसे

1. समाचार संकलन और लेखन, पृष्ठ 7.
2. समाचार सम्पादन पृष्ठ, 17.

श्रेणी में आता है। समाचार और प्रचार में यही अन्तर है। जब किसी निर्णय की घोषणा की जाये तब तो वह समाचार है लेकिन भाषण दे-देकर जनता को अपने पक्ष में बनाने का प्रयत्न होता हो तो वह प्रचार है।"[1]

समाचार के तत्त्व

जो घटना या वस्तु एकाएक हमारा ध्यान आकर्षित कर लेती है उसमें समाचार का बुनियादी तत्त्व मौजूद होता है, ऐसी मान्यता है इसके अतिरिक्त निम्न तत्त्वों का किसी भी समाचार को महत्त्व देने में विशेष योगदान रहता है—

(1) तात्कालिकता—जो समाचार दिया जा रहा है और जिस घटना के बारे में दिया जा रहा है, इनके मध्य में कम से कम समय हो। अर्थात् उस घटना को घटे अधिक समय व्यतीत न हुआ हो।

(2) निकटता—जिस स्थान से समाचार दे रहे हों और जिस स्थान पर वह समाचार प्रकाशित होगा—इनके मध्य अधिक दूरी तो नहीं है।

(3) आकार—किसी भी घटना विशेष के आकार-छोटी और बड़ी घटना का भी समाचार मूल्य होता है।

(4) महत्त्व—किसी भी घटना का परिणाम यदि इस प्रकार का हो जो राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, व्यापारिक व साहित्यिक-सांस्कृतिक क्षेत्र में बहुत बड़ा परिवर्तन ला सके—उसका महत्त्व अधिक होता है।

(5) विचित्रता—कोई भी बात जो आश्चर्य या हैरत में डालने वाली हो—का भी समाचार मूल्य होता है।

समाचार की आधुनिक और पुरानी जितनी भी परिभाषाएँ है, इन सबका सार यही है कि समाचार को समाचारत्व प्रदान करने वाले निम्नलिखित पाँच तत्त्व हैं—

1. जानकारी
2. नवीनता
3. बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि
4. उत्तेजक सूचना
5. परिवर्तन की सूचना

केवल शुष्क तथ्य कभी समाचार नहीं कहलाते। परन्तु जो तथ्य मानव के जीवन, भावना और विचारों पर प्रभाव डालते हैं, उसे रुचिकर होते हैं, आनन्द देते है और आन्दोलित करते है, वे ही समाचार बनते हैं। भावोद्रेक करने वाले या अपने हित और अहित से सम्बद्ध समाचारों में मनुष्य की विशेष रुचि होती है।

1. हिन्दुस्तान ५.

महत्वपूर्ण तत्त्व है—सत्य का तत्त्व। सामयिकता मूल्यवान होती है किन्तु सत्य उससे भी अधिक मूल्यवान होता है।"[1]

ब्रिटेन के प्रसिद्ध समाचार-पत्र 'मानचेस्टर गार्डियन' ने एक बार 'समाचार की परिभाषा पर एक प्रतियोगिता आयोजित की सर्वोत्तम परिभाषा इस प्रकार थी—"समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलम्ब सूचना को कहते है, जिसके बारे मे लोग प्रायः पहले कुछ न जानते हो, लेकिन जिसे तुरन्त ही जानने की ज्यादा से ज्यादा लोगो मे रुचि हो।"

एक बार किसी पत्रकार ने समाचार की व्याख्या करते हुए कहा कि "बुराई मे समाचार है।" आप ईमानदारी से काम करते है, इसमें समाचारत्व कुछ नही है पर यदि चोरी करते हुए पकड़े जायें तो वह समाचार हो जायेगा। पत्रकार के कहने का अर्थ यह था कि बुराई मे कुछ न कुछ असाधारणता, कुछ नवीनता, कुछ सनसनी और लोगों के लिए कुछ कुतूहल रहता है, अतः उसका समाचार की दृष्टि से मूल्य है।

'पैट्रियट' (अंग्रेजी दैनिक, नई दिल्ली) के सम्पादक श्री ऋषि कुमार मिश्र ने संघर्ष को ही समाचार का जनक माना है। उन्ही के शब्दों में—"समाज में किसी भी प्रकार का संघर्ष समाचार का सृजन करता है। यह संघर्ष प्रकृति के विरुद्ध भी हो सकता है, श्रमिको का प्रबन्धको और सचालको के विरुद्ध संघर्ष हो सकता है। एक इकाई का समूह के विरुद्ध संघर्ष हो सकता है . अत्याचार के विरुद्ध खड़े होना तो संघर्ष ही है। साथ ही दो राष्ट्रों के बीच युद्ध भी संघर्ष की स्थिति मे है, भले ही वह शीत युद्ध हो। इसके अतिरिक्त राज्यो के बीच मे किसी विवाद को लेकर संघर्ष हो या राज्य के क्षेत्रो के बीच मे किसी विवाद को लेकर संघर्ष हो, दोनो ही समाचार के लिए महत्त्वपूर्ण हैं।"

चुनाव भले ही किसी भी स्तर पर हो प्रकारान्तर से संघर्ष के अन्तर्गत ही आते हैं। अतः जहां भी संघर्ष का तत्त्व मौजूद है—उसमें समाचार उत्पन्न करने की क्षमता होती है।

क्या समाचार नही है ? इसकी विवेचना करते हुए मिश्र जी का कहना है कि "किसी व्यक्ति या प्रख्यात नेता के भाषणो की बार-बार आवृत्ति कदापि समाचार नही है किन्तु भाषण मे समाचार तत्त्व क्या है, यह देखने की बात है। इसी प्रकार किसी भी घटना या स्थिति-परिस्थिति का केवल मात्र वर्णन समाचार नही है। उसमें जो समाचार तत्त्व है-वह समाचार है। कोई भी नया मोड़ किसी भी क्षेत्र मे समाचार नही है। लेकिन क्या हुआ है, क्या हो सकता है. यह समाचार है।

राजनीतिक दल का प्रवक्ता जब कोई बात प्रथम बार कहता है तो वह समाचार होता है। लेकिन बार-बार उसी बात को कहना प्रचार की

1. सम्पादन कला, पृष्ठ 8

श्रेणी में आता है। समाचार और प्रचार में यही अन्तर है। जब किसी निर्णय की घोषणा की जाये तब तो वह समाचार है लेकिन भाषण दे-देकर जनता को अपने पक्ष में बनाने का प्रयत्न होता हो तो वह प्रचार है।"[1]

समाचार के तत्त्व

जो घटना या वस्तु एकाएक हमारा ध्यान आकर्षित कर लेती है उसमें समाचार का बुनियादी तत्त्व मौजूद होता है, ऐसी मान्यता है इसके अतिरिक्त निम्न तत्त्वों का किसी भी समाचार को महत्त्व देने में विशेष योगदान रहता है—

(1) **तात्कालिकता**—जो समाचार दिया जा रहा है और जिस घटना के बारे में दिया जा रहा है, इनके मध्य में कम से कम समय हो। अर्थात् उस घटना को घटे अधिक समय व्यतीत न हुआ हो।

(2) **निकटता**—जिस स्थान से समाचार दे रहे हों और जिस स्थान पर वह समाचार प्रकाशित होगा—इनके मध्य अधिक दूरी तो नहीं है।

(3) **आकार**—किसी भी घटना विशेष के आकार-छोटी और बड़ी घटना का भी समाचार मूल्य होता है।

(4) **महत्त्व**—किसी भी घटना का परिणाम यदि इस प्रकार का हो जो राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, व्यापारिक व साहित्यिक-सांस्कृतिक क्षेत्र में बहुत बड़ा परिवर्तन ला सके—उसका महत्त्व अधिक होता है।

(5) **विचित्रता**—कोई भी बात जो आश्चर्य या हैरत में डालने वाली हो—का भी समाचार मूल्य होता है।

समाचार की आधुनिक और पुरानी जितनी भी परिभाषाएँ है, इन सबका सार यही है कि समाचार को समाचारत्व प्रदान करने वाले निम्नलिखित पाँच तत्त्व हैं—

1. जानकारी
2. नवीनता
3. बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि
4. उत्तेजक सूचना
5. परिवर्तन की सूचना

केवल शुष्क तथ्य कभी समाचार नहीं कहलाते। परन्तु जो तथ्य मानव के जीवन, भावना और विचारों पर प्रभाव डालते है, उसे रुचिकर होते हैं, आनन्द देते है और आनन्दोलित करते हैं, वे ही समाचार बनते हैं। भावोद्रेक करने वाले या अपने हित और अहित से सम्बद्ध समाचारों में मनुष्य की विशेष रुचि होती है।

---

1. हिन्दुस्तान समाचार वार्षिकी, जयपुर,—पृष्ठ 15.

इसलिए ऐसे समाचारों को पाठक बड़े चाव से पढ़ता है। श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने समग्र दृष्टि से समाचार में आकर्षण के मूल गुण निम्न माने हैं[1]—

1. नवीनता	2. सामयिकता
3. सामीप्य	4. स्व-हित
5. धन	6. काम-वासना
7. संघर्ष और रोमानी	8. असाधारण
9. वीर-पूजा	10. यश
11. रहस्य	12. मानवीय गुणों का उद्रेक
13. साहस के कार्य	14. आविष्कार और खोज
15. कुकृत्य	16. प्रगति की कहानी
17. नाटकीयता	18. विशिष्टिता
19. परिणाम	20. संस्कृति
21. विश्वास	22. स्वास्थ्य
23. सुरक्षा	24. बंधुत्व
25. सामाजिक और आर्थिक परिवर्तन	

डॉ. नन्दकिशोर मिश्रा ने वे बातें जो अधिकांश पाठकों को दिलचस्प लगती है इस प्रकार मानी है—[2]

1. नवीनता, असामान्यता	2. अनपेक्षित भाव
3. आत्मीयता, आकांक्षा	4. व्यक्तिगत प्रभाव
5. निकटता	6. करुणा और भय
7. धन	8. मानवीय पक्ष
9. सहानुभूति	10. रहस्य

श्री बलजीतसिंह मतीर ने समाचार में आकर्षण के तत्व निम्न माने हैं:[3]—

1. नवीनता	2. स्थानीयता
3. प्रतिक्रिया	4. ख्याति
5. हिंसा	6. रहस्य
7. नारी	8. आंकड़े

---

1. समाचार सम्पादन, पृष्ठ 22.
2. समाचार संकलन और लेखन, पृष्ठ 9.
3. पत्रकारिता के प्रारम्भिक सिद्धान्त, पृष्ठ 10.

2

समाचार चयन व सम्पादन

पराडकर जी अपने लेखन में जिस तरह निर्भीक थे, वैसे ही दो टूक शैली के अपने शिष्यों को भी सलाह दिया करते थे। सम्पादन-कला पर उनका पहला पाठ यही था कि ब्रह्मा का लेख भी हो तो वहां भी संशोधन करना न भूलो। यदि उनके लेख में कुछ भी काटने-पीटने को न हो तो शीर्षक ही बदल डालो, बेदाग मत छोड़ो। सम्पादक हमेशा लेखक से बड़ा होता है। लेखक से बड़ा बनकर दिखाओ, तभी तुम सम्पादक बन सकते हो। —श्री गोविन्द प्रसाद केजरीवाल

समाचारों का चयन करना आसान नहीं है। इसके लिये धैर्य और आत्म-विश्वास की आवश्यकता है। साथ ही नीर-क्षीर विवेक की भी। समाचार-पत्रों के कार्यालयों में विभिन्न क्षेत्रों के विभिन्न स्रोतों से आनेवाले समाचारों का अम्बार लगता जाता है। पत्र में स्थान कम होता है और समाचारों की बहुलता होती है, इसलिये यह कार्य और भी कठिन हो जाता है। जिस गति से समाचार आते है, यदि उसी गति से उनका चयन न किया जाय तो समाचारो का इतना सारा ढेर लग जाता है कि उससे पार पाना मुश्किल हो जाता है और हाथ-पैर फूल जाते है।

पाली संभालने से पहले मुख्य उपसम्पादक को उस दिन के समाचार-पत्र तथा अपना समाचार-पत्र अच्छी तरह पढ़ लेना चाहिए जिससे समाचारों के तारतम्य में कहीं व्यतिक्रम न हो। मुख्य-उपसम्पादक किसी समाचार की पहली पंक्ति पढ़कर, किसी का प्रथम पैरा पढ़कर अथवा किसी पर सरसरी नजर डालकर अपनी पैनी नजर से समाचार के समाचारत्व को पहचान लेता है। जो समाचार अनावश्यक या बेकार लगते है, उन्हें रद्दी की टोकरी में फेंक देता है। बेकार के समाचार का मेज पर पड़े रहना वास्तव में उलझन पैदा करता है। समाचारों के महत्त्व के सम्बन्ध में दुविधा या असमंजस काम को अटकाता है। स्वयं अपने लिये आगे जाकर परेशानी का कारण बनता है। फिर भी कुछ समाचार ऐसे हो सकते हैं जिनके चयन के बारे में समाचार-सम्पादक से परामर्श करने की आवश्यकता पड़े। उन्हें एक तरफ रख देना चाहिए और समय मिलते ही परामर्श करके उनके बारे में निर्णय कर लेना चाहिये। समाचार का चयन करते समय चार बातों का ध्यान अवश्य रखना चाहिए—1. महत्त्व, 2. स्थान, 3. समय और 4. दूरगामी परिणाम। राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय समाचारों का वर्गीकरण समाचारों के रूप में करना चाहिए। इन दोनों

वर्गों में कुछ छोटे तथा कुछ बड़े अपूर्ण समाचार होते है। विस्तृत समाचार (विकासोन्मुखी-समाचार) प्राय: अनेक कड़ियों मे प्राप्त होते है, सो भी एक साथ नही। समाचार एजेन्सियाँ किसी भी समाचार की अगली कड़ी टेलीप्रिन्टर पर भेजते समय इस प्रकार का संकेत दे देती हैं, जिससे पता लग जाता है कि यह कौनसे समाचार की कड़ी है। अंग्रेजी मे इस संकेत को 'स्लग' और हिन्दी मे 'संकेत' कह सकते हैं। जब विस्तृत समाचार-समाप्त हो जाता है तब उसके अन्त मे 'समाप्त' का संकेत दिया जाता है।

बड़े समाचार-पत्रों के कार्यालयों मे विशेष विषयों के समाचारों के लिए अलग-अलग व्यक्ति होते हैं जो उसी विषय के समाचारों का सम्पादन करते रहने के कारण विशेषज्ञ बन जाते है। जैसे खेल-कूद, विज्ञान, वाणिज्य-व्यापार, फिल्म, साहित्य-संस्कृति, डाक और स्थानीय समाचार आदि। इन विषयो के समाचार सम्पादन के लिये सम्बद्ध व्यक्तियों के पास देने से समाचारों का ढेर बहुत कम हो जाता है।

समाचारों के प्रकार

1. अन्तर्राष्ट्रीय समाचार—जो समाचार देश के बाहर से भेजे जाते है, उन्हें अन्तरराष्ट्रीय समाचार कहते हैं। अन्तरराष्ट्रीय समाचारो मे से पहले उन समाचारो का चयन कर लेना चाहिए जिनके साथ अपने देश के हित और अहित का सम्बन्ध हो। इसके बाद उन समाचारो को चुनना चाहिए जिनका सम्बन्ध अपने पड़ोसी देशों के साथ हो। उन समाचारों की भी उपेक्षा नही करनी चाहिए जिनका सम्बन्ध पूर्वी या पश्चिमी एशिया से हो। ऐसे विदेशी समाचार भी प्रमुख महत्त्व रखते है जिनका अन्तरराष्ट्रीय महत्त्व हो। पड़ौसी देशों की राजनीतिक उथल-पुथल, सैनिक गतिविधियां, राजनीतिक हत्याएं, चुनाव और विद्रोह आदि के समाचार भी महत्त्वपूर्ण होते हैं क्योंकि उनका संबंध अपने देश की सुरक्षा से होता है। कभी-कभी सरकार को उन्हें ध्यान में रखकर शीघ्र ही कुछ निर्णय करने पड़ सकते है।

विदेशो में रहने वाले भारतीयों के साथ पक्षपात, अन्याय, अत्याचार, भारतीय महिलाओं के साथ दुर्व्यवहार तथा भारतीय जीवन के समाचार प्रकाशित किये जा सकते है।

2. राष्ट्रीय समाचार—राष्ट्रीय समाचारो से तात्पर्य भारतीय समाचारो से है। स्वतन्त्रता से पूर्व हमारे पत्रों में पक्ष या विपक्ष के राजनीतिक नेताओ के वक्तव्य ही अधिक प्रकाशित हुआ करते थे। वही परम्परा हमें विरासत मे मिली है। आज भी पत्रों में सबसे अधिक स्थान राजनीतिक समाचारो को ही दिया जाता है। इन राजनीतिक समाचारो की विरासत के कारण हमारे पाठकों का भी मानस राजनीतिक ही हो गया है। ये राजनीतिक वक्तव्य अनेक बार परस्पर विरोधी होते है या अन्य नेताओं के वक्तव्य के उत्तर मे उनकी काट करने के लिये दिये जाते हैं।

समाचार-पत्र प्राय: रचनात्मक बातों की ओर इतना ध्यान नही दे पाते जितना विध्वंसात्मक वातो की ओर देते हैं। उनके लिए सुघटना समाचार नही वनती, पर दुर्घटना समाचार वन जाती है। देश के आर्थिक विकास और सामाजिक परिवर्तन से सम्बद्ध राजनैतिक मूल्यो को प्राय. भुला दिया जाता है। मन्त्रियो द्वारा सभा-सम्मेलनों मे दिये गये भाषणो की इतनी अधिकता रहती है कि किसान, मजदूर, दस्तकार, व्यापारी और श्रमिक वर्ग से सम्बद्ध समाचार ओझल हो जाते हैं। हमारे समाचार-पत्र शहरी मानसिकता को अधिक प्रतिबिम्बित करते है। ग्रामीण जन-जीवन की झलक उनमे नही होती है। राजनीति को अधिक महत्त्व देने के कारण ही विज्ञान, साहित्य और कला के सृजनात्मक समाचारों को उचित महत्त्व नही मिल पाता है।

लेकिन जहाँ तक सम्पादकीय दायित्व का सम्बन्ध है, अधिकतम लोगो के अधिकतम हित से सम्बद्ध समाचारो को सबसे अधिक प्राथमिकता मिलनी चाहिए। भयंकर दुर्घटना, बलात्कार, अपहरण, राहजनी, डकैती और लूटमार आदि के समाचार देकर जीवन में निराशा पैदा करना ही समाचारपत्रो का काम नही है। जिन समाचारों से जीवन में आनन्द और उल्लास का सचार हो, मानव की मानवीय मूल्यों के प्रति आस्था जागे और जीवन में सत् कर्म के प्रति प्रेरित हो, वैसे समाचार देना भी समाचार पत्रों का काम है। समाचार पत्रों को जीवन का केवल बुरा पहलू ही नही अच्छा पहलू भी देना चाहिए।

समाचारो का चयन करते हुए निम्नलिखित क्षेत्रों की ओर अधिक ध्यान देना चाहिए—

1—महिला-जगत्
2 – बाल-जगत्
3—श्रमिक-वर्ग
4—ग्राम और कृषि
5—पशु-पक्षी
6 मनोरंजन के विविध पक्ष
7—कला (साहित्य-सस्कृति, संगीत, नाटक, फिल्म आदि)।

3. प्रान्तीय समाचार—प्रांतों के समाचार मुख्यत: दो सूत्रो से आते हैं—(1) समाचार समितियाँ, (2) विशेष संवाददाता। इस प्रकार से प्राप्त होने वाले समाचार समाचार-पत्रों के भीतरी पृष्ठो में ही स्थान पाते है। यदि कोई समाचार विशेष महत्त्व का हो तो उसे प्रथम पृष्ठ पर लिया जाता है।

दक्षिण भारत से प्रकाशित 'हिन्दू' (अंग्रेजी) छोटे-छोटे कस्बो और गांवो के समाचारों को प्रमुखता देता है। और यही उसकी अधिक प्रसार सख्या तथा लोकप्रियता का कारण है। हिन्दी पत्रो मे आज (बनारस), नई दुनियाँ (इन्दौर) तथा

स्वतंत्र भारत (लखनऊ) डाक समाचारों को महत्त्व देते हैं। हिन्दी पत्रों का यह दुर्भाग्य है कि वे राष्ट्रीय समाचार पत्र बनने की होड़ में न प्रांतीय समाचारों को स्थान दे पाते और न स्थानीय समाचारों को। इसका नतीजा यह होता है कि उनका समाचार पत्र न राष्ट्र का प्रतिनिधित्व कर पाता है और न प्रांत का।

4. स्थानीय समाचार—स्थानीय समाचार समाचार-पत्रों में अपना विशिष्ट स्थान रखते हैं। स्थानीय समाचारों का सकलन कार्यालय सवाददाता, नगर संवाददाता करते हैं। सामान्यतः सभी पत्रों में स्थानीय समाचार पृष्ठ 'तीन' पर ही प्रकाशित किये जाते हैं। लेकिन विशेष महत्त्वपूर्ण समाचार को प्रथम पृष्ठ पर भी दिया जा सकता है। कभी-कभी समाचार का प्रारम्भिक—अंश मुख पृष्ठ पर देकर शेष भाग को पृष्ठ तीन पर ले लिया जाता है। जब समाचार बड़ा हो तो यही करना पड़ता है।

वरिष्ठ पत्रकार श्री सत्यदेव विद्यालंकार की मान्यता है कि स्थानीय समाचार यदि न हो तो समाचार-पत्र चल ही नहीं सकते। उन्होंने हिन्दी पत्रकार की आप बीती जग बीती में एक स्थान पर लिखा है—"मेरा अनुभव है कि जिन पत्रों ने पत्रकारिता के इस महत्त्वपूर्ण अंग की उपेक्षा की, वे पनप नहीं सके। जिन संचालकों ने बिना टांगों के अपने पत्रों को चलाने का प्रयत्न किया वे उसमें सफल नहीं हो सके।"

मूल आधार

समाचार चयन के लिए मूल आधारों को निम्नलिखित रूप में स्थिर कर सकते हैं—[1]

1. असाधारण समाचार,
2. महत्त्वपूर्ण और ख्याति प्राप्त व्यक्ति के व्यक्तित्व पर अच्छा-बुरा प्रभाव डालने वाले तथा उससे सम्बन्ध रखने वाले रहस्यपूर्ण समाचार,
3. अपने देश, अपनी सरकार,, प्रदेश तथा नगर पर प्रभाव डालने वाले समाचार,
4. प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष रूप से पाठक के बजट पर असर करने वाले समाचार,
5. विश्व-व्यापी परिणाम सूचक समाचार,
6. अन्यायपूर्ण घटनाएँ,
7. दुर्घटनाएँ,
8. पाठक की भावनाओं पर असर करने वाले समाचार
9. बहुजन हित के समाचार।

---

1. श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी—'समाचार सम्पादन', पृष्ठ 48.

10. ज्ञान-विज्ञान के क्षेत्रों की प्रगति के समाचार,
11. अन्य देशों के समाचार,
12. आर्थिक और सामाजिक विकास से सम्बद्ध समाचार,
13. सब प्रकार के पाठकों की रुचि का ध्यान रखने वाले समाचार।

'डेली हैराल्ड' के जूलियस साल्टर का कहना है कि—"हम अपने पत्र में ऐसे समाचार भी दें जिससे पाठक मुस्कराए और उत्साहित हों। प्रत्येक पृष्ठ पर ऐसे समाचारों को स्थान मिले जिनसे पाठक का मन प्रसन्न हो।"

समाचार पर बेलन

समाचार का चयन व सम्पादन करने वालों के सामने अनेक ऐसी बातें आती हैं कि उसकी स्थिति साँप-छछूंदर जैसी हो जाती है। यह समझते हुए कि अमुक समाचार प्रकाशन योग्य है, अनेक कारणों से उसे उस पर बेलन फेर देना पड़ता है। चयन के समय समाचार बेलन फेरने वाले कुछ प्रमुख तथ्यों का उल्लेख श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने इस प्रकार किया है—

(1) प्रकाशक, प्रधान सम्पादक और सम्पादित करने वाले व्यक्ति की मान्यता, धारणा, दृष्टिकोण तथा सनक।
(2) पाठक की मान्यता, प्रसार क्षेत्र की आवश्यकताएँ तथा धर्म और राजनीति का प्रभाव।
(3) अधिकांश पाठकों का शिक्षा स्तर।
(4) पृष्ठ पर स्थान और समय का बन्धन।
(5) आपात्काल और युद्ध के समय में सेंसर का दवाव।
(6) विज्ञापनदाता का हित।
(7) धर्म, राजनीति और वर्गवाद का प्रभाव।
(8) समाचार का बासीपन, आकाशवाणी और दूरदर्शन पर पूर्व प्रसारण।
(9) देश की सामान्य मार्यादा और परम्परा।
(10) प्रकाशक और प्रधान सम्पादक के हितों का ध्यान।

समाचार सम्पादन

जब कोई डॉक्टर भूल करता है तो वह उसे दफना देता है।

जब किसी गैरेज का मालिक भूल करता है तो वह उसे आपके बिल में जोड़ देता है।

जब कोई बढ़ई भूल करता है तो वह उसकी आशा के अनुकूल ही होती है।

जब कोई वकील भूल करता है तो वह वही होती है जिसे वह चाहता था, क्योंकि उसे केस को पुनः नये सिरे से जांच करने का अवसर मिलता है।

जब कोई न्यायधीश भूल करता है तो उसकी यह भूल कानून बन जाती है।

> जब कोई धर्मोपदेशक भूल करता है तो उसे कोई नहीं जानता।
> जब कोई सम्पादक भूल करता है तो संकट प्रारम्भ हो जाता है।
>
> —टीड बिटस

किसी भी समाचार का सम्पादन करते समय तीन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है—महत्त्व, स्थान समय और दूरगामी परिणाम। यदि समाचार महत्त्वपूर्ण है उसके लिए स्थान और समय की कमी नहीं है, तो उसको यथा सम्भव विस्तार, से और मोटे शीर्षक से देना चाहिए। यदि समय और स्थान कम हो तो महत्त्व के समाचार को संक्षेप में देना ही ठीक रहता है। समाचार देना है तो विस्तार से ही देना है, संक्षेप करने कौन बैठे, यह प्रवृत्ति ठीक नहीं है। विस्तार के लोभ में यदि समाचार उसी दिन जाने में रह गया तो अगले दिन वह बासी होकर बेकार हो जायेगा। विस्तृत समाचार को सारांश में इस प्रकार लिखना कि सभी महत्त्वपूर्ण बातें उसमें आ जाएँ, अपने आप में एक कला है। आजकल समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर अधिक समाचार लेने की परम्परा है, इसलिए समाचार का संक्षिप्तीकरण करना भी सम्पादन कला का आवश्यक अंग है। समाचार देते समय उसके दूरगामी परिणामों को भी देख लेना चाहिए। अक्सर सम्पादकीय विभाग के सदस्य समाचार दे देते हैं और समाचार छपने के बाद ही उन्हें उसके परिणाम ज्ञात होते हैं।

छः ककार

समाचार के निर्माण में 'छह ककारों' का अपना एक विशिष्ट महत्त्व है। सत्य तो यह है कि पाठकों को जब तक समाचार में छह प्रश्नों का उत्तर न मिले तब तक उसके मन को सन्तुष्टि नहीं होती है। ये 'छः ककार' निम्न है—क्या, कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे? पाठक इन ककारों का इसी क्रम से उत्तर चाहता है। सबसे पहले 'क्या' और सबके बाद 'कैसे' का उत्तर देना चाहिए। इस क्रम में परिवर्तन भी हो सकता है। समाचार लिखते समय सामान्य नियम यही है कि अधिक महत्त्व के तथ्य या परिणाम को सबसे पहले देना चाहिए और सबसे कम महत्त्व के अंश को सबसे पीछे। इसलिए यदि स्थान की कमी से कभी समाचार का अन्तिम अंश छूट भी जाये या जोड़ना भी पड़े तो कोई अन्तर या हानि नहीं होती, क्योंकि यह अंश सबसे कम महत्त्व का था। इन छः ककारों का उत्तर जैसे विस्तार से दिया जा सकता है, वैसे ही संक्षेप में भी। समाचार को संक्षेप से देने में अधिक कुशलता की जरूरत होती है। यों तो सभी समाचारों में पाठक उकता जाते हैं और उनसे अक्सर समाचार-पत्र की पृष्ठ साज-सज्जा में बाधा आती है।

समाचारों को छाटने या उनका वर्गीकरण करने के बाद कुशल मुख्य-उपसम्पादक प्रत्येक समाचार के विषय में क्या, क्यों, कहाँ, कैसे और कितने (आकार) का निर्णय तुरन्त कर लेता है और उस पर सरसरी निगाह डालकर उसमें से जो न ग्रहण योग्य है उस पर संकेत लगा देता है और फिर उसे सम्पादन के लिए उप-

सम्पादक को दे देना है। साथ ही समाचार पर यह संकेत भी कर देता है कि इस समाचार का आकार कितना होगा और उसका शीर्षक किस टाइप में होगा। इससे उपसम्पादक को अपने कार्य में बहुत मदद मिलती है और उसे इन बातों के लिए अलग से माथापच्ची नहीं करनी पडती है।

समाचार वितरण

समाचार वितरण मे मुख्य उपसम्पादक को दो बातो का ध्यान रखना होता है—

1 सहयोगी उपसम्पादको की रुचि को दृष्टि मे रखना, तथा
2 समाचार के शीर्षक और आकार के बारे मे सहयोगी की सलाह का आदर करना।

कभी-कभी कोई समाचार ऐसे विषय का होता है जिसमे कोई भी सहयोगी की रुचि नही होती है, किन्तु समाचार महत्त्वपूर्ण होता है। तब मुख्य उपसम्पादक स्वय उसका अनुवाद करता है या संदर्भ ग्रन्थो की सहायता से उसके दुरुह अशों को सुलझाकर सहयोगी को देता है। तब सहयोगी भी आसानी से उसका सुन्दर ढंग से अनुवाद और सम्पादन करने मे समर्थ हो जाता है।

प्रेस में भेजने से पूर्व

मुख्य-उपसम्पादक उपसम्पादक द्वारा सम्पादित प्रति का और उस पर लगाये गये शीर्षक का एक बार निरीक्षण कर लेता है, तब प्रेस मे भेजता है। यह कार्य इसलिए आवश्यक है कि शीघ्रता में कभी-कभी लेखनी-स्खलन हो जाती है और कुछ का कुछ लिखा जाता है—जो स्वयं लिखने वाले की पकड़ मे नही आता। एक से अधिक नजर से गुजरने के बाद इस प्रकार की 'पेन-स्लिप' की गुंजाइश कम हो जाती है।

प्रेस में समाचार भेजते समय इस बात की कल्पना कर लेनी चाहिए कि समाचार महत्त्व और आकार की दृष्टि से किस क्रम से भिजवाये जायें। कुछ समाचार ऐसे भी होने चाहिए जो छोटे हो, क्योकि इस प्रकार के समाचार लघु स्थानो की पूर्ति मे बहुत सहायक होते हैं। इस बात का भी ख्याल रखना चाहिए कि समाचार लम्बे न हो, उनका आकार द्रौपदी का चीर न बन जाए। बहुत लम्बे समाचार न तो पाठक को रुचिकर होते है और न पृष्ठ के गठन मे सहायक। ये समाचार पृष्ठ-सज्जा को बिगाड देते है।

आमुख (इन्ट्रो)

'इन्ट्रो' अंग्रेजी के इन्ट्रोडक्शन शब्द का प्रेस जगत् मे प्रचलित लघु रूप है। इसे कुछ हिन्दी-उर्दू पत्रकार 'मुखड़ा' भी कहते है। हिन्दी में इसे 'आमुख' जाता है। 'इन्ट्रो' समाचार का प्राण है। मुख्य उपसम्पादक पूरे समाचार को

जिस अंश को महत्त्वपूर्ण और प्रभावशाली समझता है उसको 'इन्ट्रो' में स्थान देता है। समाचार समितियां और संवाददाता अपने-अपने ढंग से 'इन्ट्रो' बनाकर भेजते हैं।

'इन्ट्रो' समाचार के अनुकूल तथा यथा सम्भव संक्षिप्त होने चाहिए। उसमें अधिक से अधिक चालीस शब्द होने चाहिए। 'इन्ट्रो' की भाषा सरल और स्पष्ट होनी चाहिए। 'सण्डे टाइम्स' के सम्पादक हेराल्ड ईवान्स के अनुसार, "जिस आमुख को समझने के लिए सावधानी पूर्वक पढ़ने की आवश्यकता पड़े, उसे सफल आमुख नहीं कहा जा सकता।"

जितने प्रकार के समाचार उतने ही प्रकार के 'इन्ट्रो' होते हैं। अतः 'इन्ट्रो' का वर्गीकरण करना आसान काम नहीं है। सामान्य रूप से इसके दो रूप माने जा सकते हैं—भावनात्मक और तथ्यात्मक। भावनात्मक 'इन्ट्रो' वह है जिसमें घटनाचक्र और विचार प्रधान समाचारों का दोहन कर निष्कर्ष निकालने अथवा उसके लिए प्रेरणा देने की चेष्टा की जाए। तथ्यात्मक 'इन्ट्रो' उसे कहा जाता है जिसमें घटना-चक्र को ही बिना लाग-लपेट के महत्त्व दिया जाता है।

दो व्यावहारिक आमुख

स्थूल रूप में सभी आमुखों को दो वर्गों में विभाजित किया जा सकता है—

1. तथ्यात्मक आमुख
2. भावनात्मक आमुख।

1. तथ्यात्मक आमुख—इसमें सीधे प्रमुख तथ्यों का वर्णन किया जाता है। जैसे—

> नई दिल्ली, 3 नवम्बर। भारत की एक अत्यन्त लोक प्रिय पुत्री तथा तीसरे विश्व के राष्ट्रों की प्रकाश पुन्ज स्वर्गीय प्रधानमन्त्री इंदिरा गांधी के पार्थिव शरीर को शनिवार को सायंकाल अनवरत अश्रु-धाराओं के मध्य अग्नि को समर्पित कर दिया। विश्व के नेता और देश के लाखों लोगों ने दुखी मन से प्रियतम नेता को अंतिम विदाई दी।
>
> —(राष्ट्रदूत, जयपुर 4 नवम्बर, 84)

> नई दिल्ली, 3 नवम्बर। वैदिक मन्त्रों के उच्चारण और लाखों लोगों की अश्रु-धारा के बीच देश की प्रिय नेता प्रधानमन्त्री श्रीमती इंदिरा गांधी का आज दोपहर बाद अंतिम संस्कार कर दिया गया। उनके पुत्र और नये प्रधान मंत्री श्री राजीव गांधी ने उनकी चिता में अग्नि प्रज्वलित की।
>
> —(दैनिक हिन्दुस्तान, नई दिल्ली 4 नवम्बर, 84)

नई दिल्ली 3 नवम्बर (यूएनू)। श्रीमती इन्दिरा गांधी जो 16 वर्ष तक देश की भाग्य विधाता रही का आज यमुना के किनारे वैदिक मंत्रोचार के साथ अंतिम संस्कार किया गया। अश्रु पूरित नेत्रों और दुखी मन से राष्ट्र नें उन्हें अंतिम विदाई दी।

—(राजस्थान पत्रिका, जयपुर 4 नवम्बर, 84)

2. भावनात्मक आमुख—इस प्रकार के आमुख में किसी घटना का वर्णन करते समय तथ्यों का इस प्रकार वर्णन किया जाता है जिसमे पाठक सवेदनशील हो उठे। जैसे—

मर्माहित देश ने भरे हुए दिल और छलकती आंखों से अपनी प्रिय नेता को अलविदा कहा। करोड़ों लोगों की लाडली श्रीमती गांधी के पार्थिव शरीर को जब राजीव जी ने अग्नि को समर्पित किया तो एक क्षण को जैसे सब कुछ थम गया और चारों ओर स्तब्धता छा गई। लेकिन अगले ही क्षण लाखों आंखें छलक उठीं और जब तक सूरज चांद रहेगा–इंदिरा तेरा नाम रहेगा। जैसे नारों से आकाश गूंज उठा।

इन छलकती आंखों में मासूम आंखें भी थी, तो जवान आंखें भी थीं और लगभग पूरी शताब्दी का उतार-चढ़ाव देख चुके वृद्ध आंखें भी। विश्व इतिहास की इस महान् नेता को अंतिम प्रणाम करने वालों में दुनियां भर के 104 देशों के राष्ट्रपति, राजा, प्रधान मंत्री और विदेश मन्त्री शामिल थे।

—(नवभारत टाइम्स, नई दिल्ली, 4 नवम्बर, 84)

उपरोक्त दोनों प्रकार के आमुखों में से कौन सा अधिक उपयुक्त होगा-यह घटना या तथ्यो की प्रकृति पर निर्भर करता है। यदि घटना मे संवेदनशील तत्व मौजूद हों तो उसका समाचार भावनात्मक आमुख से प्रारम्भ होगा। यदि घटना मे सवेदनशीलता न हो तो उसे तथ्यात्मक आमुख के रूप में ही लिखना चाहिये।

अन्य आमुख

भावात्मक और तथ्यात्मक आमुख के अतिरिक्त कुछ और भी आमुख प्रचलित हैं। वे है—

(1) सारांश आमुख (Sunmary lead)
(2) विस्तृत आमुख (Comprehensive lead)

(3) दुर्घटना ग्रामुख (Accident lead)
(4) पंच ग्रामुख (Punch lead)
(5) धर्मयुद्ध ग्रामुख (Crusade lead)
(6) आश्चर्य कारक ग्रामुख (Astonisher lead)
(7) कारतूस ग्रामुख (Cartridge lead)
(8) आप और मैं ग्रामुख (You and I lead)
(9) निलम्बित अभिरुचि ग्रामुख (Suspended interest lead)
(10) व्याख्यात्मक ग्रामुख (Interpretive lead)
(11) सामान्य रूप ग्रामुख (Ininjitive lead)
(12) प्रश्न ग्रामुख (Question lead)
(13) उद्धरण ग्रामुख (Quote lead)
(14) आश्रित वाक्यांश ग्रामुख (Dependent clause lead)
(15) संज्ञा वाक्यांश ग्रामुख (Noun clause lead)
(16) तब और अब ग्रामुख (Then and now lead)
(17) यत्र-तत्र ग्रामुख (Here and there lead)
(18) उपाख्यान ग्रामुख (Anecdote lead)
(19) आलंकारिक ग्रामुख (Figurative lead)
(20) सूक्ति ग्रामुख (Epigram lead)
(21) 'आज' ग्रामुख (Today lead).

तथ्य का महत्व

समाचार का सम्पादन करते समय अनेक बार एक ही घटना के विभिन्न सूत्रों मे प्राप्त अनेक रूप मिलते हैं। ऐसी स्थिति मे घटना की तथ्यात्मक सत्यता पर विशेष ध्यान देना चाहिए, क्योंकि पत्रकार के लिए तथ्य पवित्र है, विचार नहीं। तथ्य को प्राथमिकता देनी चाहिए और विचार को गौण स्थान। विचार में मतभेद हो सकता है, तथ्य में नहीं। समाचार मे तथ्यों को प्रथम स्थान दिया जाये और बाद मे विभिन्न मत और निष्कर्षों को।

भाषण समाचार

भाषण समाचार का सम्पादन करते समय वक्ता के महत्त्वपूर्ण और मार्मिक विचारों को इन्ट्रो मे प्रस्तुत करना आवश्यक है। इस प्रकार के महत्वपूर्ण ग्रंश का चयन करते समय निष्कर्ष, सिद्धान्त, प्रतिपादन अथवा अन्तिम निर्णय या किसी वाक्य के चुटीलेपन आदि की खोज करना उपयुक्त होगा। भाषण का सम्पादन करने से पहले यह आवश्यक है कि उसके मुख्य अंश रेखांकित कर लिया जाए। रेखांकन कार्य यदि मुख्य उपसम्पादक कर दे तो अच्छा है। ऐसा करने पर उपसम्पादक को इन्ट्रो बनाना तथा सम्पादन करना अधिक सरल हो जाएगा।

भाषण में कभी-कभी महत्त्वपूर्ण समाचार या नये समाचार दिखाई दे जाते हैं। सम्पादन करते समय ऐसे अंशों को अलग से निकाल लेना चाहिए। इन्हें स्वतन्त्र समाचार के रूप में दिया जा सकता है।

तिथि रेखा

समाचार की तिथि-रेखा का अपना महत्त्व है। वह घटना की गतिविधि और इतिहास के क्रम की सूचक है। अतः यह आवश्यक है कि तिथि की स्पष्टता और शुद्धता को कायम रखा जाए। अनेक संवाददाता स्थानीय समाचारों पर तिथि रेखा नहीं लिखते। परन्तु, जिन समाचारों पर तिथि रेखा नहीं होती उनके इन्ट्रो में स्थान और दिनांक अथवा दिन का संकेत अवश्य ही दिया जाता है। बिना दिनांक वाले समाचार में 'आज' अथवा 'कल' लिखना पाठक को भ्रम में डाल देता है।

पूर्व प्राप्त समाचार

अनेक समाचार ऐसे भी होते हैं जो प्रेस की सुविधा के लिए पहले से ही समाचार-पत्रों में भेज दिए जाते हैं, जिससे समय पर सरलता से उन्हें समाचार-पत्र में स्थान प्राप्त हो सके। ऐसे समाचार महत्त्वपूर्ण सम्मेलनों, विशेष समारोह, विशिष्ट व्यक्तियों के बारे में जानकारी अथवा किसी संस्था के इतिहास पर प्रकाश डालने वाले होते हैं। ऐसी सामग्री को निश्चित तिथि पर ही प्रकाशित करना चाहिए।

टेलीप्रिण्टर के समाचारों पर ऊपर संकेत होता है कि इस दिन से पूर्व प्रकाशित नहीं किया जाए। ऐसे भी अवसर आते हैं कि भाषण कर्ता किसी विशेष कारणों से पहुँच नहीं पाता है और वे कार्य किसी अन्य व्यक्ति को करने पड़ते है। कभी-कभी देहावसान आदि के कारण समारोह ही स्थगित हो जाते है। इन सब बातों का ध्यान रख अनेक समाचार समितियां अपनी .सामग्री पहले भेजकर यह संकेत देती है कि पूर्व प्रेषित सामग्री को अब प्रकाशित कर दिया जाए अथवा किसी संशोधन के साथ प्रकाशित किया जाना चाहिए।

'लीड' की समस्या

'लीड' शब्द प्रथम कोटि के समाचारों के लिए प्रयुक्त होता है। 'प्रथम लीड' वह समाचार कहलाता है जो समाचार पत्र के मुख पृष्ठ पर बाईं ओर सबसे मोटे शीर्षक में दिया जाता है। 'द्वितीय लीड' उस समाचार को कहते है जो प्रथम समाचार की तुलना में कुछ कम महत्त्व का होता है। इसे समाचार-पत्र के दाहिनी ओर दिया जाता है। 'तृतीय लीड' उस समाचार को कहते हैं जो पृष्ठ के मध्य में प्रायः किसी चित्र के नीचे दिया जाता है।

लीड का चयन निम्न चार तथ्यों को ध्यान में रखकर किया जाता है—

1—समाचार की भीषणता

2—समाचार का व्यापक प्रभाव

3—समाचार का राजनीतिक महत्त्व

4—परिवर्तन की पराकाष्ठा ।

विकासोन्मुखी समाचार

समाचार का चयन व सम्पादन करते समय दो प्रकार के समाचार प्राप्त होते हैं—(1) स्वतन्त्र समाचार, (2) विकासोन्मुखी समाचार। स्वतन्त्र समाचार वे समाचार होते हैं जो अपने आप में स्वतन्त्र और पूर्ण होते हैं। इनका सम्पादन किया जा सकता है। विकासोन्मुखी समाचार (विस्तृत-समाचार) एक के बाद एक क्रम से अनेक कड़ियों में प्राप्त होते है। इन समाचारों को एक स्थान पर एकत्रित कर अन्तिम समय से पूर्व सम्पादन के लिए उठाना चाहिए। पूर्ण समाचार तो कुछ मिनटों अथवा कुछ घन्टों में समाप्त हो जाते है, परन्तु विकासोन्मुखी समाचारो का सिलसिला कब तक जारी रहे, कहा नहीं जा सकता।

समाचारो का संगीकरण

समाचार सम्पादन करते समय समाचारो के संगीकरण (News Compiling) पर ध्यान देना पड़ता है। समाचार समितियों से टेलीप्रिन्टर पर कुछ समाचार ऐसे आते हैं जो अपने आप में पूरे लगते हैं। लेकिन अपने आप में सम्पूर्ण नहीं होते है। इन समाचारो के अन्त में 'और' या 'मोर' (more) का भी संकेत नहीं होता है। उदाहरणार्थ प्रधान मंत्री की विदेश यात्रा के समाचार को ही ले प्रथम समाचार दिन को 10 बजे के लगभग आता है :—

> नई दिल्ली 20 अक्टूबर, (यू. एन. आई)। प्रधान मन्त्री श्रीमती इंदिरा गांधी आज यहां से एक विशेष विमान द्वारा अपनी चार दिवसीय विदेश यात्रा पर श्री लंका के लिए रवाना हो गई।
>
> श्रीमती इंदिरा गांधी के साथ विदेश मंत्री तथा उनके मंत्रालय के कुछ वरिष्ठ अधिकारी भी हैं।

आजकल ऐसे समाचारो के सम्पादन में विशेष सावधानी रखी जाती है। उपरोक्त समाचार से सबद्ध जो भी समाचार आयेगा उसका आकलन करके पाठक की सुविधा को ध्यान में रखकर सम्पादन किया जायेगा। दोपहर 12 बजे प्रधान मन्त्री की नगा-यात्रा से सम्बद्ध एक समाचार और आता है। वह समाचार इस प्रकार होता है:—

कलकत्ता 20 अक्टूबर, (यू. एन. आई.)। प्रधानमंत्री श्रीमती इंदिरा आज अपनी लंका-यात्रा के दौरान यहां पहुंची।

हवाई अड्डे पर प्रदेश के मुख्य मन्त्री और राज्यपाल ने उनका स्वागत किया।

प्रधान मन्त्री की विदेश यात्रा से सम्बद्ध एक और समाचार उसी दिन रात्रि 9 बजे के लगभग प्राप्त होता है:—

कोलम्बो—20 अक्टूबर, (यू. एन. आई)। भारत की प्रधान मन्त्री श्रीमती इंदिरा गांधी के आगमन पर कोलम्बो हवाई अड्डे पर राष्ट्रपति जयवर्धन द्वारा उनका भव्य स्वागत किया गया।

राष्ट्रपति जयवर्धन ने राष्ट्रपति भवन में श्रीमती इंदिरा गांधी के सम्मान में एक भोज का आयोजन किया जिसमें श्री लंका स्थित अनेक देशों के राजदूत भी शामिल थे।

उपरोक्त तीनों ही समाचार प्रधान मन्त्री की लंका-यात्रा से सबद्ध है। इन तीनो समाचारो को अलग-अलग एक ही पृष्ठ में दिया जाये तो पाठक उन्हे पढ़कर पूरे भावार्थ को तो समझ लेगा लेकिन समाचार-सम्पादन का जो उद्देश्य है वह पूरा नही होगा। उपसम्पादक का कार्य समाचारों का संगीकरण कर उन्हें सरल बनाना है। इन तीनो समाचारो को एक योग्य उपसम्पादक इस प्रकार लिखेगा:—

कोलम्बो 20 अक्टूबर, यू. एन. आई। भारतीय प्रधान मन्त्री श्रीमती इंदिरा गांधी का आज यहां पहुंचने पर लंका के राष्ट्रपति श्री जयवर्धन ने भव्य स्वागत किया।

राष्ट्रपति जयवर्धन ने श्रीमती इंदिरा गांधी के सम्मान में राष्ट्रपति भवन में एक भोज का आयोजन किया जिसमें अन्य कई देशों के राजदूत भी शामिल थे।

श्रीमती गांधी दिल्ली से एक विशेष विमान से रवाना हुई थी। थोड़ी देर के लिए वह कलकत्ता हवाई अड्डे पर भी रुकी जहां पर प्रदेश के राज्यपाल और मुख्य-मन्त्री ने उनका भव्य स्वागत किया।

बाक्स और इनसेट

समाचारों की साज-सज्जा के लिए बाक्स और इनसेट का उपयोग किया जाता है। इससे पाठक का ध्यान समाचार की ओर आकर्षित किया जाता है। 'बाक्स' (Box) अंग्रेजी शब्द है जिसका अर्थ है—बाक्स या ट्रंक। बाक्स शब्द को तत्सम रूप में ही हिन्दी ने अपना लिया गया है।

मानवीय रुचि वाले, हास्यास्पद, अनोखे, भीषण चुटीले तथा अप्रत्याशित समाचारों को 'बाक्स' के अन्दर प्रकाशित किया जाता है। 'बाक्स' के लिये समाचार ऐसे हों जो छोटे हो, अधिक लम्बे समाचार बाक्स के लिए उपयुक्त नही है। यदि कोई समाचार बड़ा है और बाक्स में देने योग्य है तो उसे दो कालम या तीन कालम बाक्स में दिया जा सकता है।

बाक्स के निम्न प्रकार हो सकते हैं—

1. शीर्षक ढका हुआ (नं. 1)
2. काया ढका हुआ और शीर्षक खुला (नं. 2)
3. शीर्षक और काया पूर्ण रूपेण आवृत। (नं. 3)

1

और आत्मदाह की कोशिश............

मद्रास, 29 अक्तूबर (यून्यू)। आज यहां सचिवालय में अन्नाद्रमुक के चालीस वर्षीय एक कार्यकर्ता ने यह चिल्लाते हुए आत्मदाह की कोशिश की कि मुख्यमंत्री एम. जी. रामचंद्रन को किसी भी परिस्थिति में इस्तीफा नहीं देना चाहिए।

एन गणपति नाम के इस कार्यकर्ता ने केरोसिन तेल से अपने को सरोबार कर आग लगा ली। उसे जली हालत में अस्पताल ले जाया गया।

इस घटना से ठीक पहले वित्त-मंत्री वी.आर नेंडुचेझियन पत्रकारों से कह रहे थे कि कैबिनेट ने मुख्यमंत्री से गद्दी न छोड़ने की अपील की है।

2

मार्शल लॉ

कोलम्बो, 23 अक्टूबर (वार्ता)।

कोलम्बो के एक मजिस्ट्रेट ने उस सैनिक को गिरफ्तार करने का आदेश दिया है जिसने घर में अपनी पत्नी पर मार्शल लॉ लागू किया हुआ था।

पीड़ित महिला, बिमला रत्नसिंघे ने मंगलवार को अदालत को बताया कि जब कभी उसका पति दरवाजे से से बाहर आता-जाता है तो उसे साव-धान की मुद्रा में खड़े होकर सलाम करना होता है।

यदि उसका पति किसी बात पर नाराज हो जाए तो उसे एक पैर पर खड़ा होने का आदेश दिया जाता यदि वह ऐसा नही कर पाए तो उसकी पिटाई की जाती और जलती हुई सिगरेट उसके चेहरे पर लगाई जाती।

जबकि बिमला के पति को यह पता चला कि बिमला ने पुलिस से उसकी शिकायत की है तो उसने बिमला को एक कमरे में बंद कर दिया और उसने एक कापी में एक हजार बार यह लिखने के लिए कहा कि भले उसे कितना ही दंड दिया जाए वह भविष्य में पुलिस से शिकायत नही करेगी।

किन्तु बिमला दूसरी बार भी पुलिस के पास चली गई और उसके सैनिक पति महिन्द्र को हिरासत में ले लिया गया।

अदालत में महिन्द्र ने कहा कि उसकी पत्नी जो कुछ कह रही है वह सब सच है भविष्य में वह अपनी पत्नी से सद्व्यवहार करेगा।

कुछ समाचार पत्रों में बाक्स अथवा इनसेट का प्रयोग न कर महत्त्वपूर्ण स्थल के दोनों ओर अथवा बाई ओर ही एक-एक 'एम' अथवा आधा-आधा 'एम' हाशिया छोड़ देने की परिपाटी है। इससे भी पाठक का ध्यान समाचार की ओर बरबस चला जाता है। जैसे—

3

सीट आरक्षित होने पर भी विमान यात्रा नहीं

(कार्यालय संवाददाता)

जयपुर, 24 अक्टूबर। इंडियन एयर लाइन्स का आरक्षित टिकट होने पर भी आपको अपनी यात्रा से वंचित होना पड़ सकता है। बी. सी. जैन दम्पति इसका उदाहरण है।

बी. सी. जैन के अनुसार उनके पास इंडियन एयर लाइंस का 0205 647 नं का आरक्षित टिकट था और वे अपनी बीमार बच्ची को दिखाने बम्बई ले जा रहे थे। जब हवाई अड्डे पर वे अपनी बच्ची व सामान सहित पहुंचे तो उन्हें सीट देने से यह कहकर इंकार कर दिया गया कि उनकी सीट पर दिल्ली से ही यात्री बैठे हुए हैं।

9827
9.5.87

एक सौ व्हेल मछलियों ने आत्महत्या की

मेलबोर्न, 21 जनवरी (यूवा)। आस्ट्रेलियाई समुद्रतट पर लगभग 100 व्हेल मछलियों ने प्राण दे दिये।

आत्महत्या पर तुली इन विशाल मछलियों ने अपने आपको आस्ट्रेलिया के दक्षिण-पूर्व तट पर डाल दिया। उन्हें वापस समुद्र में भेजने की सभी कोशिश नाकाम रही।

परसों शाम 67 मृत व्हेलों के शव पोर्ट हिक्स के समुद्र तट पर छितराये हुए थे।

कभी-कभी बाक्स के काम को इनसेट से पूरा करने की कोशिश की जाती है। कम्पोजिटर बाक्स बनाने की कलात्मक परेशानियों से बचने के लिए समाचार के ऊपर-नीचे फूलदार अथवा सादी रूल डाल देता है। इसे इनसेट कहते हैं। इनसेट का उपयोग तो बड़े समाचारों के लिए ही करना चाहिए।

आजकल समाचार-पत्रों में बाक्स का प्रयोग अधिक होने लगा। प्रत्येक पत्र अपने प्रथम-पृष्ठ पर एक-दो बाक्स अवश्य देते हैं, बिना बाक्स के समाचार पत्र नीरस सा लगता है। मुख्य उपसम्पादक समाचार-चयन करते समय ऐसे समाचारों पर ध्यान रखते हैं, जिन्हें बाक्स में दिया जा सके। यदि किसी दिन बाक्स में देने योग्य समाचार नहीं मिले तो उन्हें यह कहते हुए सुना जा सकता है कि "आज तो कोई बाक्स ही नहीं है।"

समाचार समितियाँ भी बाक्स में देने योग्य समाचारों का चयन अलग से करती हैं। इन समाचारों पर वह 'बाक्स' लिख देती है, जिससे पत्रों की डेस्क पर बैठे उपसम्पादक या मुख्य उपसम्पादक उन्हें अलग कर उनका उपयोग कर सकें।

समाचार-पत्रों के प्रथम पृष्ठ पर भी अन्दर दी जाने वाली सामग्री का उल्लेख बाक्स बनाकर किया जाता है। इसका उद्देश्य यह होता है कि पाठक जान जाये कि अन्दर के पृष्ठ में क्या सामग्री है, जैसे—

भीतर

कुछ समाचार पत्र अपने मुख्य पृष्ठ पर देश-विदेश के महत्त्वपूर्ण समाचारों को बाक्स में देते हैं ताकि पाठक इन पर दृष्टि डाल सकें। प्रायः ये समाचार संक्षिप्त होते हैं। जैसे—

संक्षेप

10 साल में 265 पत्रकारों की हत्या

वाशिंगटन, 29 अक्टूबर (यूपीआई)। पिछले 10 सालों में दुनिया के 265 पत्रकारों की हत्या की जा चुकी है। यह जानकारी नेशनल प्रेस क्लब ने दी।

इंदिरा गांधी पर डाक टिकट

नई दिल्ली, 29 अक्टूबर (वार्ता)। दिवंगत प्रधानमंत्री इंदिरा गांधी की पहली बरसी पर डाक विभाग 31 अक्टूबर को एक नया डाक टिकट जारी करेगा।

इंका को अब कार्यकर्ताओं की चिंता

ठाणे, 29 अक्टूबर (प्रेट्र)। इंका महासचिव आस्कर फर्नांडिज ने आज कहा कि पार्टी की नीतियों और कार्यक्रमों को सही ढंग से लागू करने के लिए कार्यकर्ता तैयार किए जाएंगे।

डीजल टैंक ने दो की जान ली

विशाखापत्तनम, 29 अक्टूबर (यूनू)। यहां से 20 किलोमीटर दूर गजूवारा गांव में डीजल तेल के भंडार टैंक में कल रात दो युवक गिर कर मर गए।

मंडेला की मूर्ति लगी

लंदन, 29 अक्टूबर (तानजुग)। जेल में बंद अफ्रीकी नेता नेल्सन मंडेला की मूर्ति का कल अफ्रीकन नेशनल कांग्रेस के अध्यक्ष ग्रोलिवर तम्ब ने अनावरण किया।

विश्व पंजाबी सम्मेलन 29, 30 को

नई दिल्ली, 29 अक्टूबर (वार्ता)। तीसरा विश्व सम्मेलन यहां 29–30 अक्टूबर को होगा।

मिजोरम बंद शांतिपूर्ण

एजल, 29 अक्टूबर (प्रेट्र)। मिजोरम में आज बंद शांति से बीत गया, केंद्र द्वारा मिजोरम लोगों की उपेक्षा के विरोध मे बंद का आह्वान छात्र संगठनों ने किया था।

अहमदाबाद की मधुबनी मिल में आग

अहमदाबाद, 29 अक्टूबर (प्रेट्र)। फायर ब्रिगेड की 30 गाड़ियों को आज सुबह मधुबनी मिल के परिसर मे आग लगी बुझाने में जूझना पड़ा। आग से जान का कोई नुकसान नही हुआ।

भारत का स्वीडन को आयात बढ़ा

नई दिल्ली, 29 अक्टूबर (वार्ता)। भारत इस साल स्वीडन को 36 करोड़ रुपये का सामान निर्यात करेगा जबकि वहां से 136 करोड़ रुपये का सामान मंगाएगा।

प्रथम पृष्ठ पर

पत्र के प्रथम पृष्ठ पर सभी प्रकार के अति महत्त्वपूर्ण समाचार दिए जाने चाहिए। समाचार-पत्र के सभी पृष्ठ महत्व के है, पर प्रथम पृष्ठ अपना विशेष महत्व और आकर्षण रखता है। यदि खेल, व्यापार, डाक, फिल्म और स्थानीय पृष्ठो पर जाने वाला कोई समाचार अधिक महत्व का हो तो उसे भी प्रथम पृष्ठ पर स्थान देने मे किसी प्रकार का संकोच नही करना चाहिए। ब्रिटिश समाचार-पत्र उद्योगपति नार्थक्लिफ ने अपने कर्मचारियो से कहा था—"देखिए कि फलो की दुकान वाला क्या करता है। वह अपनी दुकान की खिड़की में अच्छे-अच्छे सेब रखता है ताकि दुकान की शोभा बढे और वे रास्ते से गुजरने वाले लोगो को

जिससे वे अन्दर आएं और कुछ खरीदें। सर्वोत्तम समाचार को समाचार-पत्र की खिड़की में अर्थात् पहले पृष्ठ पर अत्यन्त आकर्षक रूप में प्रकाशित करना चाहिए।"

प्रथम पृष्ठ की साज-सज्जा में सन्तुलन और स्पष्टता का ध्यान रखा जाए। पाठकों की आंखों पर अनावश्यक दबाव न पड़े। सारा समाचार पत्र पढ़ जाने के बाद उसे किसी के सामने यह न कहना पड़े कि अमुक समाचार कहां था। जिस समाचार पर आप जोर देना चाहते है, उसके अलावा अपेक्षाकृत 'कम महत्वपूर्ण' समाचारों की उपेक्षा न कीजिए।

'प्रेस कापी' का सम्पादन

किसी समाचार का सम्पादन करने के लिए जो पांडुलिपि मिलती है उसे प्रेस की भाषा में 'कापी' कहते है। इस कापी के तीन स्वरूप होते हैं—

1—मूल समाचार की लिपि देवनागरी और भाषा हिन्दी

2—मूल समाचार की लिपि रोमन और भाषा हिन्दी

3—मूल समाचार की लिपि रोमन और भाषा अंग्रेजी

'प्रेस कापी' का सम्पादन करते समय अग्रांकित बातों का ध्यान रखना आवश्यक है—

(1) समाचार कापी के प्रथम पृष्ठ पर ऊपर की ओर सम्पादन करने वाला अपना नाम लिखें।

(2) प्रथम कापी का एक तिहाई भाग खाली छोड़ दें।

(3) लिखावट साफ और अक्षर बड़े होने चाहिए जिससे कम्पोजिटर आसानी से पढ़ ले।

(4) कागज के दोनों तरफ पाण्डुलिपि नहीं लिखी जानी चाहिए।

(5) समाचार-कापी के दोनों ओर हाशिया रहे, बाईं ओर अधिक और दाहिनी ओर कुछ कम।

(6) एक पृष्ठ पर पैरे पूरे आयें। पैरे को दो पृष्ठों पर बिखेरना ठीक नहीं। कम्पोज विभाग को मैटर तैयार करने और उसे बांटने में कठिनाई होती है।

(7) पृष्ठ के नीचे की ओर कुछ अंश खाली रखें। कागज की कंजूसी करना उचित नहीं।

(8) हाथ से लिखी अथवा टाइप की हुई पंक्तियों में अधिक अन्तर छोड़ें जिससे सम्पादन करने में आसानी रहे।

(9) समाचार के वाक्य अधिक लम्बे न हों। वाक्य अधिक से अधिक 20 शब्दों का हो।

(10) पैरे भी लम्बे न बनायें। तीन-चार वाक्य का पैरा अच्छा होता है। छोटे पैरे इसलिए बनाने चाहिए कि उनसे पृष्ठ के गठन में सुविधा होती

है। आवश्यकता पड़ने पर किसी भी अनावश्यक पैरे को आसानी से काटा जा सकता है।

(11) जो भी 'प्रेस-कापी' में लिखा जाए अथवा 'कापी' में संशोधन किया जाए, वह स्पष्ट शब्दों में किया जाए। सम्पादन चिन्ह भी साफ हों। 'प्रेस कापी' में यदि पंक्तियों के मध्य स्थान हो तो वहां संशोधन करना चाहिए अन्यथा बांयी ओर का बांये हाशिये पर और दाहिनी ओर का दाहिनी ओर के हाशिये पर।

(12) यदि 'प्रेस कापी' में संशोधन इतना अधिक हुआ है कि कम्पोजिटर उसे पढ़ने में असक्षम हो, तो संशोधित स्वरूप को अपने हाथ से अलग कागज पर साफ और स्पष्ट शब्दों में लिख देना चाहिए। मूल संशोधित 'कापी' को आड़ी लाइन में काटकर उसे भी साफ 'कापी' के साथ लगा दिया जाये जिससे कि आगे चलकर कहीं कोई अशुद्धि रहे तो मूल प्रति से मिलान किया जा सके।

(13) प्रेस कापी में यदि आज, कल, परसों आये तो उसके बाद कोष्टक में तारीख अथवा वार लिखना न भूलें।

(14) नहीं शब्द को पुनः कोष्ठक में लिखना चाहिए। याद रखिए 'नहीं' शब्द रह गया तो अर्थ ही बदल जायेगा।

(15) नामों को स्पष्ट और मोटे अक्षरों में लिखना चाहिए।

(16) प्रेस कापी पर 'स्लग' (संकेत-चिन्ह) और पृष्ठों की संख्या अवश्य लगाये।

(17) शीर्षक 'प्रेस कापी' के प्रथम पृष्ठ पर दिया जाये अथवा अलग पृष्ठ पर। यदि अलग पृष्ठ पर लिखा जाये तो कापी का 'स्लग' और उसकी संख्या का संकेत उस पर अवश्य दें।

(18) 'प्रेस कापी' की समाप्ति पर समाप्ति का निशान 'थर्टी' (X X X) अर्थात् तीस का संकेत अवश्य देना चाहिए। यह प्राचीन बेतार के तार का चिन्ह है जिसका अर्थ है 'समाप्त' या 'इति'।

(19) समाचार का सम्पादन करते समय कभी-कभी एक ही घटना के अनेक रूप सामने आते है। समाचार के सूत्र बदलते है, तो रूप भी बदल जाते हैं। ऐसी स्थिति में हमें घटना के तथ्यात्मक सत्य पर ही अधिक ध्यान देना चाहिए। पत्रकार के लिए तथ्य पवित्र हैं, मत या विचार नहीं। याद रखिए आप तथ्यों में किसी प्रकार का परिवर्तन नहीं कर सकते। प्राथमिकता तथ्यों को देनी चाहिए और उसके बाद स्थान विचार अथवा मत को।

(20) समाचार का सम्पादन करते समय समाचार का पीछा (फालोग्रप) किया जाये, विशेष रूप से विकासोन्मुखी समाचारों का। जिससे उनकी कड़ी बनी रहे। यदि किसी समाचार में पाठक की रुचि जगी है और उसके सम्बन्ध में अधिक जानने की उत्कंठा उसने पैदा की है तो उप सम्पादक का कर्त्तव्य है कि वह उसे पूरा करे।

(21) समाचार का सम्पादन करते समय अनेक ऐसे समाचार होते है जिनका सम्बन्ध किसी भूतकाल की घटना से होता है। अतः समाचार के पूर्व सन्दर्भ को याद दिलाने के लिए संकेत देना न भूलें।

यह संदर्भ संकेत आमुख के बाद अलग से दिया जाए। इसे कभी भी आमुख (इन्ट्रो) में सम्मिलित न कीजिए क्योंकि कटौती करने की स्थिति आने पर उस अंश को आसानी से निकाला जा सके।

(22) लम्बे समाचार के बीच-बीच में उपशीर्षक दें, जिससे समाचार सुन्दर बन सके। उपशीर्षक छोटे और आकर्षक हों।

(23) यदि समाचार एक पृष्ठ से अधिक बड़ा है तो पृष्ठ के नीचे 'जारी है' (more) लिखिए।

(24) नया पैरा किसी अंक से आरम्भ नहीं करना चाहिए। यदि पैरा का आरम्भ किसी अंक से करना पड़े तो उसको अक्षरों में लिखना चाहिए।

समय की पाबन्दी

समाचार-पत्रों का निश्चित समय पर प्रकाशित होना बहुत आवश्यक है। मुख्य उप संपादक को सम्पादन करते समय सदैव घड़ी की ओर ध्यान रखना पड़ता है। प्रेस के समस्त कार्य ठीक समय पर होने चाहिए अन्यथा समाचार-पत्र छपने में विलम्ब हो जायेगा। मान लीजिए सम्पादकीय विभाग ने प्रेस में समाचार भेजने में विलम्ब कर दिया या एकाएक प्रेस की मशीन खराब हो गई या बिजली चली गई, किसी भी कारण से समाचार-पत्र नहीं छप सका, तो अपने निश्चित समय पर चलने वाली बसें, रेलगाड़ियाँ और हवाई सर्विस आप के पत्रों के बन्डलों की प्रतीक्षा नहीं करेंगी। सुदूर प्रदेशों में फैले पत्र के पाठक उस दिन के समाचार-पत्र से वंचित हो जायेंगे। इसलिए समाचार-पत्र के सम्पादकीय-विभाग को भी मशीन की तरह कार्य करना पड़ता है। अन्य व्यवसायों में आज का कार्य कल पर टाला जा सकता है, पर समाचार-पत्र में यह संभव नहीं है। इसलिए ठीक समय पर समाचार भेजना, ठीक समय पर पृष्ठ का मेकअप कराना और पेज बनाना तथा सही समय पर प्रिन्ट आर्डर देना—यह सब सम्पादकीय विभाग द्वारा समय की पाबंदी पर निर्भर है।

प्रिण्ट आर्डर

समाचार-पत्र के पृष्ठ का प्रिण्ट आर्डर देते समय निम्न बातों का ध्यान रखना आवश्यक है—

1. समाचार-पत्र की डेट लाइन (दिनांक रेखा) अवश्य देखिए। डेट लाइन में दिनांक, दिन, माह, वर्ष और स्थान का उल्लेख रहता है। साथ ही पत्र का कौनसा संस्करण प्रकाशित हो रहा है व उसके मूल्य पर भी दृष्टि डालें।

2. समाचार-पत्र में प्रकाशित होने वाले विज्ञापन देखें—कहीं वे उलटे या गलत तो नहीं हो गए हैं। वे अपने स्थान पर हैं या नहीं इसका मिलान पत्र की डमी से करिए।

3. समाचार-पत्र के शेषांश (टूट) के पृष्ठ और कालम के संकेत ठीक हों। शेषांक के आरम्भ में इस प्रकार की पंक्ति रहे जिससे शीघ्र ही जान लिया जाये कि किस समाचार का शेष है।

4. पत्र की प्रेस लाइन में पत्र के सम्पादक का नाम, पत्र के प्रकाशक, मुद्रक व स्थान का नाम अवश्य देखें।

5. कोई आवश्यक समाचार तो नहीं रह गए हैं।

6. कोई अनावश्यक समाचार पृष्ठ पर तो नहीं आ गए हैं।

7. वे समाचार जो निकाल दिये थे, वे कहीं पृष्ठ में तो लग नहीं गए।

8. जोड़े गये समाचारों को यथास्थान लगा दिया गया है या नहीं।

9. एक दूसरे से सम्बद्ध समाचार यथासम्भव निकट ही स्थान पाएँ—इस बात का ध्यान रखें।

10. समाचारों के सूत्र और लेखकों के नाम (संवाददाताओं के नाम या बाई-लाइन) ठीक है या नहीं।

11. समाचारों की डेट-लाइन (तिथि-पंक्ति) देखें। इसमें स्थान, तिथि और महीने का उल्लेख होता है, किन्तु वर्ष नहीं लिखा जाता।

12. समाचार का मैटर ठीक है या नहीं।

13. प्रिण्ट आर्डर देते समय टेलिप्रिन्टर पर भी ध्यान दें। कहीं कोई आवश्यक व महत्त्वपूर्ण समाचार तो नहीं आ रहा है।

14. पृष्ठ पर सरसरी निगाह पुनः डालिए।

15. प्रिण्ट आर्डर देते समय पत्र के पृष्ठ पर समय लिखें व अपने हस्ताक्षर करें जिससे ज्ञात हो सके कि किस समय पर पृष्ठ दिया गया है।

3
सम्पादकीय विभाग

किसी भी दैनिक-समाचार पत्र के सम्पादकीय विभाग में प्रवेश कीजिए आपको टेलीप्रिन्टर्स की खट-खट अवश्य सुनाई देगी। चौबीस घण्टों में कुछ ही घंटे-प्रातः काल चार बजे से सात बजे तक ऐसे होते हैं, जब एक दैनिक पत्र का सम्पादकीय विभाग निष्क्रिय-सा प्रतीत होता है। यद्यपि उस समय में भी टेलीप्रिन्टर की आवाज से वहाँ पूर्ण शांति बनी नहीं रह सकती। सुबह छः-सात बजे सफाई-कर्मचारियों के आगमन के साथ ही दिन का काम शुरू हो जाता है। ये कर्मचारी प्रत्येक दिन न जाने कितने रद्दी कागजों की सफाई करते हैं। डेस्क व विशेष स्थानों पर रखे जाने वाले कागज-पत्रों को छोड़कर सब कागज बुहार दिये जाते हैं। सभी मेजें साफ कर उन पर अपने समाचार-पत्र के नये संस्करण की प्रतियां रख दी जाती हैं।

सफाई के कुछ समय बाद ही सम्पादकीय-विभाग में कार्य करने वालों का आना आरम्भ हो जाता है। समाचार-पत्रों में सम्पादकीय विभाग का संगठन उनके आकार-प्रकार के अनुसार अलग-अलग होता है। सम्पादकीय विभाग के विस्तार को प्रभावित करने वाला मूल घटक समाचार-पत्र की विक्रय संख्या है। मुख्य रूप से सम्पादकीय विभाग तीन कार्य करता है—

(1) समाचार एकत्र करना,
(2) समाचार का चयन और सम्पादन करना,
(3) समाचार पर अपना दृष्टिकोण प्रस्तुत करना।

प्रारम्भ में सम्पादक के अतिरिक्त दो-चार उप-सम्पादकों के सहयोग से काम चल जाता था। पर आज ऐसा नहीं है। राष्ट्रीय स्तर और प्रादेशिक स्तर के दैनिक पत्रों में लगभग दस से सौ तक सम्पादकीय सहयोगी होते हैं। कुछ पत्रकार डेस्क पर और कुछ नगर में घूमकर समाचार संकलन का काम करते हैं। बाहरी संवाददाताओं की संख्या अलग होती है।

अधिकांश दैनिक-पत्रों में दो अथवा तीन पालियों (shift) में विभिन्न संस्करणों का कार्य इस प्रकार विभक्त कर दिया जाता है कि प्रत्येक संस्करण उस संस्करण के पाठक के लिए नया होता है। यदि पहली पारी दिन में प्रातः सात या आठ बजे प्रारम्भ हुई तो उसका मुख्य उपसम्पादक और उपसम्पादक समय पर आ पहुंचते हैं। अपने सहयोगियों की सहायता से मुख्य उपसम्पादक नये समाचारों का चयन कर समाचार तैयार करा लेता है, जिससे समाचार कम्पोज विभाग को दिया जा सके।

समाचार तैयार करने के बाद मुख्य उपसम्पादक पिछले दिन के इसी पाली के तथा नये संस्करण की तुलना करके नये संस्करण की प्रति में लाल स्याही से उन समाचारो को काट देता है जो इसी पाली मे गत दिवस दिये जा चुके हैं और किसी न किसी रूप में नये संस्करण मे विद्यमान है। वे समाचार भी काट दिये जाते है जो अगले संस्करण के लिये अनावश्यक प्रतीत होते है या समाचारत्व (न्यूज-वैल्यू) की दृष्टि से पुराने हो गये हो। भाषा, दिनाक रेखा और अन्य गलतियो को भी ठीक कर दिया जाता है।

इस प्रकार समाचार काटने-छाटने और संशोधन करने से मुख्य उपसम्पादक को अपनी सामग्री के स्वरूप और आकार का अनुमान हो जाता है। यह कम्पोज विभाग से रात के बचे हुये समाचारो, विज्ञापन-विभाग से नये विज्ञापन के आकार-प्रकार व उनकी डमी, अन्य सहयोगियो से आगामी संस्करण मे दिये जानेवाले समाचार, फोटो, कार्टून, नक्शे आदि की जानकारी प्राप्त करता है। मुख्य उपसम्पादक विभिन्न पृष्ठो की डमी तथा संशोधित पूर्व संस्करण की प्रति पत्र के मेकअपमैन को दे देता है।

समाचारों का चयन, सम्पादन और प्रस्तुतीकरण का कार्य केवल मुख्य उपसम्पादक स्वयं ही करता है, यह बात नही है। सम्पादक और समाचार-सम्पादक भी भावी संस्करण के लिये अपनी-अपनी सूचनाएँ मुख्य उपसम्पादक के पास पहुँचा देते हैं। इन सूचनाओं को कार्यान्वित करना मुख्य उपसम्पादक के लिये आवश्यक होता है लेकिन अनिवार्य नही। मुख्य उपसम्पादक समाचार और पृष्ठ की स्थिति को जानता है, अत: वह सम्पादक और समाचार सम्पादक को समाचार और पृष्ठ की वास्तविक स्थिति से अवगत करा देता है।

इस प्रकार सम्पादकीय विभाग का कार्य चलता रहता है। कुछ देर बाद कंपोज विभाग से प्रूफ आने प्रारम्भ हो जाते है। बदले गये पृष्ठो, शीर्षकों और समाचारो के प्रूफ एक के बाद एक आते रहते है। बड़े समाचार-पत्रो मे समाचारों के प्रूफ पढ़ने के लिए संशोधक-विभाग अलग से होता है। यदि 'प्रूफ संशोधक' विभाग अलग से नही है, तो उपसम्पादक ही अपने समाचारो के प्रूफ देखते हैं।

कभी-कभी किसी समाचार एजेन्सी या अपने संवाददाता से ऐसा महत्त्वपूर्ण समाचार मिलता है जिसे तैयार होने वाले संस्करण में स्थान देना आवश्यक हो जाता है। ऐसे समाचार के आकार-प्रकार (कितने कालम का है, साथ में ब्लाक है या नही) की सूचना मुख्य उपसम्पादक कम्पोज विभाग के फोरमैन और मैकअपमैन को शीघ्र दे देता है। दूसरी ओर महत्त्वपूर्ण समाचार (Late News) तैयार करके कम्पोज विभाग में भेजने का क्रम भी चलता रहता है। मैकअपमैन मुख्य उपसम्पादक की देख-रेख में प्रथम पृष्ठ तथा अन्य पृष्ठ बनाता रहता है। अंत मे आने वाले आवश्यक समाचार के लिए स्थान छोड़ दिया जाता है। पृष्ठ का कार्य सम्पूर्ण होते-होते कम्पोज

विभाग से नया समाचार आते ही उसे निश्चित पृष्ठ पर छोड़े गये रिक्त स्थान पर डाल दिया जाता है। मिनटों में अन्तिम छोड़े जाने वाले पृष्ठ का प्रूफ उठा, मुख्य उपसम्पादक ने उसमें आवश्यक संशोधन कर तथा प्रिण्ट आर्डर देकर मैटर उठाने वाले के हाथ उसे सौंपा कि कार्य पूरा हो गया। प्रत्येक समाचार-पत्रों में प्रत्येक संस्करण छोड़ने का समय निश्चित होता है। समय पर पृष्ठ छोड़ने का उत्तरदायित्व मुख्य उप सम्पादक का है। कुशल मुख्य उपसम्पादक वह है जो समय पर पृष्ठ छोड़े। लगभग आधा-एक घंटे बाद ही नया संस्करण छपकर आ जाता है।

पहली पाली का समय समाप्त होने से पूर्व दूसरी पाली के मुख्य उपसम्पादक और उपसम्पादक आ जाते हैं। इस पाली को 'बीच की पाली' कहा जाता है। जैसा कि नाम से स्पष्ट है, यह दोनों पालियों को परस्पर सबद्ध करने में बीच की कड़ी का काम करती है। उनका कार्य समाप्त हुआ कि रात की पाली के मुख्य उपसम्पादक और उनके सहयोगी आ पहुंचते हैं। इस प्रकार सम्पादकीय विभाग की पालियाँ बदलती रहती है और नये संस्करण तैयार होते रहते है।

सम्पादकीय विभाग में कुछ ऐसे भी पत्रकार होते है जिनकी पालियां नहीं होती हैं। वे अपने समय पर आकर अपना कार्य पूरा कर जाते है। दैनिक समाचार पत्र में प्रायः तीन पालियां होती हैं। पहली पाली प्रातः 7 से 1 बजे तक, दूसरी पाली 10 से 5 बजे तथा रात्री पाली 7 से 1 बजे तक होती है। समृद्ध दैनिक पत्रों, जिनके पृष्ठ अधिक होते है उनमें कार्य और समाचार का विभाजन पृष्ठों के आधार पर किया जाता है—जैसे डाक-समाचार, खेल समाचार, वाणिज्य-समाचार, स्थानीय समाचार तथा देशी-विदेशी समाचार आदि। इस प्रकार के वर्गीकरण के आधार पर अनेक डेस्क बना दी जाती है। यदि इन डेस्क पर एक से अधिक उपसम्पादक कार्य करते है तो उनमें से एक को मुख्य उपसम्पादक बना दिया जाता है। उसी के निर्देशन में 'डेस्क' का काम चलता है।

अनेक संस्करण—एक समय था जब हिन्दी के समाचार-पत्रों का एक ही संस्करण प्रकाशित होता था—चाहे वह प्रभात संस्करण हो या सायंकालीन। धीरे-धीरे संस्करणों की संख्या बढ़ने लगी। पहले तो एक संस्करण का दिनांक बदलकर उसे डाक संस्करण बना दिया जाता था, जिससे समाचार पत्र दूर स्थान में पहुंचकर भी समाचार-वितरण की तारीख का ज्ञान पड़े। कालान्तर में प्रत्येक संस्करण में नये समाचार देने की परिपाटी चली, साथ ही इस बात का भी ध्यान रखा जाने लगा कि पत्र का संस्करण जिस राज्य में जा रहा है। वहां के समाचारों को अधिक से अधिक स्थान दें। आज हिन्दी में अनेक समाचार पत्र ऐसे है जिनके पांच-छः संस्करण प्रकाशित होते हैं और सब में न्यूनाधिक नये समाचारों का समावेश किया जाता है। नई दिल्ली से प्रकाशित दैनिक "हिन्दुस्तान" व "नवभारत टाइम्स" के वर्तमान में छः संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं।

विशेष संस्करण

विशेष घटनाओं के अवसर पर समाचार-पत्र को विशेष संस्करण प्रकाशित करने पड़ते हैं। श्री जवाहरलाल नेहरू के देहान्त, भारत-पाक युद्ध के दौरान, सातवां निर्गुट सम्मेलन, नवम एशियाई खेलों व प्रधान मंत्री श्रीमती गांधी की हत्या के अवसर पर दिल्ली के अनेक पत्रों ने विशेष संस्करण प्रकाशित किये।

कुछ विशेष संस्करण ऐसे होते हैं जिनकी तैयारी पहले से होती है। 26 जनवरी, 15 अगस्त अथवा अन्य किसी महत्वपूर्ण अवसर पर विशेष संस्करण निकाले जाते हैं। ऐसे अवसर पर बाक्स देकर विशेष पठनीय सामग्री अमुक-अमुक पृष्ठों पर देखिए इसकी सूचना दे दी जाती है।

आकस्मिक संस्करण कोई बड़ी दुर्घटना, हत्या या राजनीतिक परिवर्तन आदि पर निकाले जाते हैं। प्रधान मंत्री श्रीमती इन्दिरा गांधी की हत्या 31 अक्टूबर, 1984 पर भारत के प्रायः सभी पत्रों ने अपने संस्करण निकाले और समाचार प्रकाशित किये। 'भोपाल गैस काड' पर भी अनेक पत्रों ने अपने संस्करण प्रकाशित किये।

पत्र के प्रायः तीन संस्करण होते हैं—

(1) नियमित संस्करण—(Regular editions)

(2) विशेष संस्करण—(Special editions)

(3) आकस्मिक संस्करण—(Emergency editions)

सम्पादकीय विभाग-गतिशील कक्ष

समाचार-पत्र कार्यालय में सम्पादकीय विभाग ही ऐसा कक्ष है जो हमेशा गतिशील रहता है। यह विभाग समाचार-पत्र के पाठकों के सीधे सम्पर्क में आता है। पाठक जो समाचार, लेख, फीचर, चित्र, कार्टून आदि पढ़ना या देखना चाहते हैं, वह सम्पादकीय विभाग प्रस्तुत करता है। विज्ञापन विभाग या प्रसार विभाग बाद में अपना महत्व रखते हैं। यदि पत्र की सामग्री ही पाठकों को अच्छी नहीं लगी, तो अन्य विभाग कितने ही कुशल क्यों न हों, समाचार-पत्र नहीं चल सकता। इसलिये सम्पादकीय विभाग का समाचार-पत्र जगत् में, उसके अपने कार्यालय में तथा अन्य क्षेत्रों में बहुत महत्व होता है। सम्पादकीय विभाग के महत्व का मूल्यांकन "लंदन टाइम्स" के श्री एन. जे. [illegible] ने इन शब्दों में किया है—"किसी समाचार-पत्र कार्यालय में सम्पादकीय विभाग का कमरा वह कमरा होता है जहां विश्व भर की कानाफूसियां होती हैं।"

सम्पादक के अतिरिक्त समाचार पत्र के सम्पादकीय विभाग में कई और पत्रकार होते हैं। उनके पदों के नाम और कार्य इस प्रकार हैं—

1. सम्पादक (Editor)—वह व्यक्ति जो समाचार-पत्र के [illegible] का निर्देशन और निरीक्षण करता है उसे सम्पादक कहते हैं। [illegible]

का प्रमुख होता है और पत्र में प्रकाशित होने वाली प्रत्येक सामग्री के लिये उत्तरदायी होता है। सन् 1867 के प्रेस एण्ड रजिस्ट्रेशन आफ बुक एक्ट में सम्पादक की व्याख्या इस प्रकार की गई है—Editor means the person who controls the Selection of the matter that is published in a Newspaper—

समाचार-पत्र में जो कुछ छपता है उसका निश्चय करने वाला व्यक्ति "सम्पादक" होता है। उक्त नियम के अनुसार समाचार-पत्र के प्रत्येक अंक पर सम्पादक का नाम (मुद्रक प्रकाशक के अतिरिक्त) प्रकाशित होता है।

सम्पादक प्रतिदिन अपने सहायक सम्पादकों की बैठक बुलाकर उनसे नवीनतम घटनाचक्र या घटनाक्रम पर विचार-विमर्श करता है। किस-किस विषय पर सम्पादकीय या टिप्पणियाँ लिखनी है, यह तय करता है। वह सहायक सम्पादकों की विशेष रुचि और विशेष अध्ययन क्षेत्र के अनुसार उन्हें सम्पादकीय लिखने का काम सौंपता है।

इसी प्रकार सम्पादक, समाचार-सम्पादक और सहायक सम्पादक को भी प्रतिदिन बुलाकर उनसे समाचारों के सम्बन्ध में विचार-विमर्श करता है। अन्य समाचार-पत्रों से अपने पत्र की तुलना करता है, कोई महत्वपूर्ण समाचार छूट गया हो या ठीक ढंग से नहीं दिया गया हो, या अन्य कोई त्रुटि रह गई हो—उसकी ओर ध्यान आकर्षित करता है।

सम्पादक का दायित्व—सुप्रसिद्ध विद्वान कार्लाइल के शब्दों में, "पत्र सम्पादक सम्राट और धर्मोपदेशक होते हैं।" पं. माखनलाल चतुर्वेदी ने द्वितीय सम्पादक सम्मेलन के अध्यक्ष पद से भाषण देते हुए सम्पादक के कार्य को 'अयाचित' या 'स्वयं स्वीकृत सेवा' की संज्ञा दी थी। उन्हीं के शब्दों में "सम्पादक बनकर हम एक प्रकार से एक व्यक्ति से लेकर सम्पूर्ण समाज और गाँव से लेकर पूरे प्रदेश और देश की सेवा का व्रत लेते हैं जो केवल तप, त्याग और बलिदान की भावना से ही पूर्ण हो सकता है।" सम्पादक का मुख्य काम निर्धारित नीति के अनुसार पत्र को चलाना होता है। संचालक या संचालक मण्डल पत्र के सम्बन्ध में जो नीति निश्चित करता है उसे इस प्रकार कार्यान्वित करना कि पत्र की उत्तरोत्तर प्रगति होती चले, यही सम्पादक का मुख्य कर्तव्य है। सम्पादक की तीन निष्ठाएँ रहती हैं। प्रथम निष्ठा संचालक के प्रति होती है। वह संचालक और उसके पत्र हित को हानि पहुँचाने वाली कोई बात नहीं कर सकता। दूसरी निष्ठा अपने सम्पादकीय विभाग के प्रति रहती है क्योंकि सम्पादकीय विभाग के सदस्यों की नियुक्ति आदि में उससे परामर्श किया जाता है। यदि वह अपने विभाग के प्रति निष्ठ नहीं रहा तो विभाग भी उसके साथ निष्ठा से काम नहीं कर सकता। सम्पादकीय विभाग के सदस्यों पर कार्यालय के अन्दर या बाहर जो भी आक्रमण हो उससे उनकी रक्षा करनी पड़ती है। सम्पादक की तीसरी निष्ठा अपने पत्र के पाठकों के प्रति रहती है। पत्र के पाठक क्या चाहते हैं, क्या पसन्द करते हैं, क्या नापसन्द करते हैं, इसके बारे में उसे हमेशा सतर्क रहना पड़ता है। इस

बारे में उसे पाठकों की डाक पर ध्यान रखना होता है और प्रत्येक पत्र का सहानुभूति और शिष्टता के साथ विचार कर उत्तर देना पड़ता है।

सम्पादक को यह देखना आवश्यक है कि पत्र की सम्पादकीय नीति चाहे जो हो, समाचार-पत्र सब राजनैतिक पार्टियों और सब व्यक्तियों के लिए खुले रहें। समाचार का स्थान स्वतन्त्र व तटस्थ रहता है, अतः वह सबके लिए समान रूप से सदैव प्राप्य रहना चाहिये।

समाचार-पत्र का कार्य व्यक्तिगत न होकर सामूहिक होता है। यह 'टीम वर्क' है। सम्पादक की वही स्थिति होती है जो हाकी या क्रिकेट टीम के कप्तान की होती है। मैच में कौनसा खिलाड़ी कहाँ खेलेगा, कौन कहाँ खड़ा होगा—आदि सब कप्तान को निश्चित करना होता है, वैसे ही सम्पादक को भी अपने सहयोगियों से काम लेना होता है। जैसे किसी टीम को अपने योग्य व अनुभवी कप्तान से ही मैच में सफलता प्राप्त होती है, वैसे ही योग्य व अनुभवी सम्पादक का नेतृत्व प्राप्त करके ही कोई पत्र लोकप्रिय हो सकता है। हाकी या क्रिकेट का मैच तो कभी-कभी होता है लेकिन सम्पादक के लिए हर रोज मैच का दिन होता है।

सम्पादक का कार्य एक प्रधान सेनापति का सा कार्य है। जिस प्रकार प्रधान सेनापति अपनी सेना का सचालन करता रहता है, उसी प्रकार सम्पादक को अपने पत्र का सचालन करना पड़ता है। जिस प्रकार एक योग्य सेना के चलने-फिरने, खाने-पीने, लड़ने-भिड़ने आदि पर सेनापति अपनी निगाह रखता है, उसी प्रकार सम्पादक-सेनापति भी अपने रिपोर्टर, संवाददाता, उप सम्पादक आदि सिपाहियों पर अपनी निगाह रखता है। दोनों की जिम्मेदारियाँ भी करीब-करीब एक सी होती हैं।[1]

पत्र की निर्धारित पृष्ठ सख्या के आधार पर उसे विज्ञापन और पाठ्य सामग्री में सतुलन रखना चाहिए और अधिक से अधिक जनोपयोगी सामग्री देने का प्रयास करना चाहिए। जिस पत्र में जितनी अधिक विविधता होगी, उस पत्र की ओर ग्राहक उतने ही अधिक आकर्षित होंगे, इसलिए सम्पादक को अपने पत्र में अधिक से अधिक विविधता रखने का प्रयत्न करना चाहिए।

2. संयुक्त सम्पादक (Joint Editor)—यह सम्पादक के दैनिक कार्यों में सामान्यतः सहयोग देता है। सम्पादक की अनुपस्थिति में उसके कार्यों को सम्पन्न करता है। इसे सहयोगी सम्पादक (डिप्टी एडीटर) भी कहा जाता है।

3. सहायक सम्पादक (Asst. Editor)—इनका सीधा सम्बन्ध समाचार (न्यूज) के साथ न होकर विचार (व्यूज) के साथ होता है। अग्रलेख, सम्पादकीय टिप्पणियां, फीचर लिखना और राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय राजनीतिक घटनाओं की पूर्वा पर प्रसग सहित समीक्षा करना, सरकारी नीतियों के दूरगामी परिणामों की कल्पना कर जनता का पथ प्रदर्शन करना, पत्र की नीति के समर्थन में अपने तर्क प्रस्तुत करना,

1. श्री विष्णुदत्त शुक्ल-पत्रकार कला, पृष्ठ 194.

साहित्यिक, सांस्कृतिक और सामाजिक गतिविधियों का लेखा-जोखा प्रस्तुत करना आदि सहायक सम्पादकों का कार्य होता है। उसका अध्ययनशील होना बहुत आवश्यक है।

4. समाचार सम्पादक (News Editor)—सम्पादकीय विभाग में सबसे अधिक उत्तरदायित्व समाचार-सम्पादक का होता है। वह समाचार विभाग के कार्यों का निरीक्षण करता है तथा समाचार-पत्र के समस्त संस्करणों में प्रकाशित समाचारों के लिए उत्तरदायी होता है।

समाचार-सम्पादक जहाँ सम्पादकीय विभाग के सहयोगियों में समन्वय करता है, अलग-अलग पालियों में उनकी ड्यूटियाँ लगाता है, वहाँ सुदूर प्रदेशों में फैले अपने पत्र के संवाददाताओं को भी पत्र व्यवहार द्वारा आवश्यक निर्देश और परामर्श देता है।

किसी भी समाचार-पत्र में समाचार-सम्पादक रीढ़ की हड्डी होता है। वह समाचार-पत्र के संवाद-संकलन का मार्गदर्शक होता है जिस पर समस्त समाचार सम्बन्धी कार्य-कलाप के संयोजन का भार होता है। समाचार-सम्पादक के ही सहयोगी के रूप में विदेशी समाचारों पर विशेष ध्यान देने के लिए विशेष संवाददाताओं से प्राप्त समाचारों के लिए संयुक्त समाचार सम्पादक या उप समाचार सम्पादक नियुक्त होते हैं जो दिन-प्रतिदिन के कार्य में उनकी सहायता करते हैं। अपने पत्र में पहले और अच्छे ढंग से सामग्री देने की चिन्ता जितनी समाचार-सम्पादक को होती है, उतनी किसी अन्य को नहीं। उसकी योग्यता, दक्षता, क्षमता और कार्य को तेजी से निपटाने के कारण ही उसे आने वाले समाचारों का 'क्लियरिंग हाउस' (Clearing House) कहा गया है।

5. विशेष संवाददाता (Special Correspondent)—पत्रकारिता में सर्वोत्तम और सर्वाधिक रुचिकर कार्य है विशेष संवाददाता का, क्योंकि विशेष संवाददाता दूसरों के व्यय पर जीवन के विभिन्न रूपों को देखता है और वह बहुत काम का होता है।

उसकी स्थिति समाचार-पत्र के सामान्य संवाददाताओं से श्रेष्ठ होती है। वह एक विशेष क्षेत्र में कार्य करता है और रोजमर्रा के कार्य से स्वतन्त्र होता है। वह उस वायु की तरह होता है जो उस तरह बहती है जिस ओर झुकाव होता है। वह स्वच्छन्द विचरण करता है और उस पर समाचार सम्पादक या सम्पादक का अंकुश नहीं होता। ये ऐसी बातें हैं जो उसे विशेष महत्त्वपूर्ण स्थान प्रदान करती हैं और सभी व्यक्ति उसकी इस विशेष स्थिति का ध्यान रखते हैं।

जब सम्पर्क विभाग में विशेष संवाददाता का नाम समाचार-पत्र के प्रतिनिधि के रूप में परिचित रहता है और पत्र-प्रतिनिधि सम्मेलनों (प्रेस कान्फ्रेंस) में वे अपने समाचार-पत्र का प्रतिनिधित्व करते हैं। राष्ट्रपति, प्रधान मंत्री, विदेश मंत्री या कोई

अन्य महत्वपूर्ण व्यक्ति कहीं विदेश यात्रा पर जायें तो प्रायः उनके साथ जाने वाली प्रेस-पार्टी में जाने का अवसर मिलता है। इनको लोकसभा और राज्यसभा के समाचार संकलन के लिए सरकार से मान्यता प्राप्त करनी होती है।

विशेष संवाददाताओं का सरकार के विभिन्न मंत्रालयों से सम्पर्क रहता है और वे उन मंत्रालयों की गतिविधियों के समाचार अपने पत्र में देते रहते है। राजनैतिक घटना चक्र की पृष्ठ भूमि का ज्ञान प्राप्त करते है। मंत्रियों, देश-विदेश के नेताओं और अन्य महत्वपूर्ण व्यक्तियों से साक्षात्कार करने का इन्हें अवसर मिलता है और अपने सम्पर्क के आधार पर वे अपने पत्र के लिए विशिष्ट (एक्सक्लूसिव) समाचार लाने का प्रयत्न करते है। राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय राजनीतिक घटना चक्र की समीक्षा भी प्रायः विशेष संवाददाता करते हैं। सम्भवतः इन्ही बातों के कारण जेम्स गोरडन बेनट ने विशेष संवाददाता को "आधा राजदूत तथा गुप्तचर" कहा था।

6. मुख्य उपसम्पादक (Chief Subeditor)—समाचार-पत्र में प्रत्येक पाली (शिफ्ट) का नेतृत्व मुख्य उपसम्पादक करता है। इसका काम होता है, समाचारों, तारो का वर्गीकरण करके उन्हें उपसम्पादकों में वितरित करना, उपसम्पादकों की लिखी हुई कापी की जाँच करना, उपयुक्त शीर्षक लगाना, पत्र के सर्व प्रमुख समाचार (लीड) और अन्य प्रमुख समाचारों का क्रम निर्धारित करना, किस समाचार को प्रथम पृष्ठ पर लेना है और किसे अन्य पृष्ठ पर, इसका निर्णय करना, समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ के लिए सामग्री प्रेस में देना, कोई महत्त्वपूर्ण समाचार-पत्र में जाने से न रह जाए—इसका ध्यान रखना, समाचार-पत्र मुद्रण के लिए मशीन पर जाने से पहले तक ताजा से ताजा (लेटेस्ट) समाचार लेने का प्रयत्न करना, प्रत्येक पृष्ठ का प्रस्तुतीकरण (डिस्पले) और पृष्ठ निर्माण (पेज का मेकअप) कराना।

लंदन की राष्ट्रीय समाचार ऐजेन्सी प्रेस एसोसिएशन में वर्षों पत्रकार के रूप में कार्य करने वाले एल. जे. डिकर के अनुसार मुख्य उपसम्पादक (1) Information, (2) Inetntion, (3) Method (4) Administration, (5) Inter Communication से संतुष्ट होने के बाद ही समाचार प्रेस में भेजते हैं।

7. उपसम्पादक (Subeditor)—समाचार-पत्र के कलेवर को भरने का अधिकतम भार उपसम्पादक वर्ग पर होता है। समाचार-पत्र जितना बड़ा होगा उसमें उप सम्पादकों व रिपोर्टरों की संख्या उतनी ही अधिक होगी। उप सम्पादकों का सामान्य काम है—समाचारों के सभी विवरणों को प्राप्त करना, समाचारों में कांट-छांट करना, उनकी भाषा सम्बन्धी गलतियों को ठीक करना, शीर्षक लगाना और उन्हें समाचार-पत्र में प्रकाशित होने योग्य बनाकर प्रेस मे भेजना।

उपसम्पादको का मुख्य काम होता है अंग्रेजी व हिन्दी समाचार समितियों से दूर मुद्रक पर अनवरत रूप से आने वाले समाचारों का सम्पादन, उनके अंश का चयन और प्राप्त समाचार के आगे या पीछे अंशों का संगीकरण।

भाषाई पत्रों के उपसम्पादकों को एक और जटिल काम करना पड़ता है जो अंग्रेजी के उपसम्पादकों को नहीं करना पड़ता है। वह है—समाचार समितियों द्वारा अंग्रेजी में प्राप्त समाचारों का अपनी भाषा में अनुवाद करना। यू. एन. आई. और पी. टी. आई. समाचार समिति समाचार अंग्रेजी में देती है। अनुवाद करते समय समाचारों के अनावश्यक अंशों को छोड़कर आवश्यक अंशों को ग्रहण कर उन्हें संक्षिप्त भी करना होता है। समाचार का कौनसा अंश ग्राह्य है और कौनसा अग्राह्य, यह उपसम्पादक के विवेक पर निर्भर करता है।

उपसम्पादक को अनुवाद के लिए अंग्रेजी का अच्छा ज्ञान होना आवश्यक है। जिस भाषा में अनुवाद करना है, उसका भी अच्छा ज्ञान आवश्यक है। दोनों में से किसी एक भाषा का भी अधूरा ज्ञान हो तो अनुवाद में गलती हो सकती है या अर्थ का अनर्थ हो सकता है।

श्री के. पी नारायणन ने उपसम्पादक के महत्व का मूल्यांकन करते हुए लिखा है "उपसम्पादक समाचार-पत्र का अज्ञात योद्धा होता है। जनता सम्पादक को जानती है, वह समाचार-पत्र संवाददाताओं को भी भली-भांति जानती है, किन्तु वह उस उपसम्पादक को बहुत कम जानती है जो रात को जब संसार के सारे लोग निद्रालीन होते हैं, पाठकों के पढ़ने के लिए प्रातःकालीन समाचार-पत्र को तैयार करने के लिए परिश्रम में जुटा रहता है।"[1]

8. **संवाददाता (Reporter)**—रिपोर्टर या संवाददाता[2] भी दो तरह के होते हैं। एक स्थानीय अर्थात् जिस स्थान से समाचार-पत्र प्रकाशित होता है, उस स्थान के विभिन्न क्षेत्रों और विभिन्न गतिविधियों की सूचनाएँ एकत्र करने वाले, और दूसरे वे जो उस स्थान के बाहर अन्य स्थानों से सूचनाएँ एकत्र कर डाक या तार से समाचार भेजते हैं। बाहर से समाचार भेजने वाले संवाददाता कहलाते हैं। खेल, वाणिज्य, कला, फिल्म, संगीत, साहित्यिक सांस्कृतिक समारोह सम्बन्धी गतिविधियों की रिपोर्टिंग करने वाले अलग-अलग रिपोर्टर होते हैं।

संवाददाता मुख्यतः चार प्रकार के होते हैं, (1) कार्यालय संवाददाता, (2) विशेष संवाददाता, (3) विदेश संवाददाता, (4) निज संवाददाता, (बाहर के नगरों में)।

(1) **कार्यालय संवाददाता**—यह नगर के समाचारों का संकलन करता है। इनमें नगर निगम या पालिका के समाचार, दुर्घटनाएँ, अदालती समाचार, नगर में आयोजित सभाएँ आदि के समाचार प्रमुख रूप से रहते हैं। इसे नगर संवाददाता भी कहते हैं।

1. सम्पादन कला—पृष्ठ 41
2. रिपोर्टर के लिए सही एवं शुद्ध हिन्दी शब्द समाचारदाता है जबकि कोरस्पोन्डेंट का सही अर्थ है संवाददाता लेकिन वर्तमान में दोनों के लिए मात्र संवाददाता शब्द का प्रयोग होने लगा है।

(2) विशेष संवाददाता—विशेष संवाददाता वह व्यक्ति है जो केन्द्रीय सरकार के मुख्यालय पर अधिस्वीकृत अथवा अन्य प्रकार से अथवा विदेश-केन्द्र पर अथवा अन्य प्रकार से अथवा राज्य में अथवा अन्य किसी स्थान पर जहाँ उसको प्राधिकृत किया गया हो, संवाददाता के रूप में सभी प्रकार की संसद् सम्बन्धी, राजनीतिक सम्बन्धी और अन्य प्रकार की गतिविधियों के नियमित रूप से समाचार लिखे और उनका विश्लेषण करे। ये प्रायः कार्यालय की नियमित ड्यूटी से मुक्त होते हैं।

(3) विदेश संवाददाता—ये विदेश में रहते है और वहाँ के समाचार भेजते हैं। कभी-कभी समाचार-पत्र का एक व्यक्ति विदेश में नियुक्त किया जाता है और कभी-कभी किसी अन्य पत्रकार को जो अन्य पत्रों के लिए काम करता है, विदेश संवाददाता के रूप में रख लिया जाता है।

(4) निज संवाददाता (बाहरी नगरों में)—बाहरी नगरों के संवाददाता समाचार, डाक व तार द्वारा भेजते हैं। इनमें से कुछ संवाददाता पूर्णकालिक होते है और कुछ अंशकालिक। अंशकालिक संवाददाता को एक न्यूनतम राशि प्रति माह दी जाती है और उसके अतिरिक्त प्रकाशित समाचारों के कालम के आधार पर धन राशि दी जाती है।

अगस्त, 1980 मे पालेकर न्यायाधिकरण ने पत्रकारों के नये वेतनमान पर जो सिफारिश की है, उसमें अंशकालिक पत्रकार को पूर्णकालिक पत्रकार के वेतन और महंगाई भत्ते से एक तिहाई से कम पारिश्रमिक नहीं दिया जाये यह तय किया गया है।

दूसरे वेतन आयोग ने संवादाता को निम्नलिखित चार श्रेणियों में रखा है उनके नाम और पद इस प्रकार दिये हैं—

(अ) विशेष संवाददाता—ये समाचार-पत्र के सहायक सम्पादक, अग्रलेख लेखक और समाचार सम्पादक के समकक्ष होते है।

(आ) मुख्य कार्यालय संवाददाता—इन्हें अंग्रेजी में "चीफ रिपोर्टर" कहते है, जो विशेष संवाददाताओं के बाद दूसरी श्रेणी में आते है।

(इ) उप मुख्य कार्यालय संवाददाता या वरिष्ठ कार्यालय संवाददाता—तीसरे वर्ग में आते हैं। वरिष्ठ संवाददताओं को भी इसी पद के समकक्ष रखा गया है।

वेतन आयोग ने संवाददाताओं का यह वर्गीकरण और उनके कार्य का विभाजन मूलतः वेतन क्रम के निर्धारण के लिए किया है। इसलिए यह आवश्यक नही है कि प्रत्येक समाचार-पत्र में इसी प्रकार वर्गीकरण किया गया हो। अनेक समाचार-पत्रों में इनमें से कई प्रकार के संवाददाता नही रहते हैं। उदाहरणार्थ कई समाचार-पत्रों में विशेष संवाददाता होते ही नही हैं। वहाँ कार्यालय समाचार दाताओं और मुख्य कार्यालय समाचारदाताओं को सारा कार्य करना पड़ता है। छोटे-पत्रों में अकेले समाचारदाता को ही सारा कार्य करना पड़ता है। टाऊन हाल से लेकर छोटे-बड़े समारोह तथा अदालत से लेकर पुलिस थाने तक के समाचार संकलन करते हैं। बड़े

पत्रों की आर्थिक स्थिति अच्छी होती है, अतः वहाँ अधिक संख्या में समाचारदाता तथा संवाददाता नियुक्त कर लिये जाते है, लेकिन छोटे पत्रों में ऐसा सम्भव नहीं होता।

9. प्रूफ रीडर (Proof Reader)—प्रूफ रीडर की भी दो श्रेणियाँ हैं—(1) कापी होल्डर (2) प्रूफ रीडर। जो व्यक्ति प्रेस कापी को पढ़ता है, वह कापी होल्डर कहलाता है और उसके अनुसार जो प्रूफ संशोधन करता है, वह प्रूफ रीडर या प्रूफ संशोधक कहलाता है।

कम्पोज होकर पढ़ने के लिए जो प्रूफ आता है, उसे प्रथम गैली प्रूफ कहते हैं। इसमे गलतियाँ बहुत अधिक होती है। प्रूफ रीडर इसमे गलतियों पर निशान लगाते है। कम्पोजिटर उसके अनुसार गलतियो को ठीक करते हैं। उसके बाद जो प्रूफ आता है, उसे दूसरा या तीसरा गैली प्रूफ कहते हैं। रही-सही गलतियो पर प्रूफ रीडर फिर निशान लगाते हैं। इन्हें भी कम्पोजिटर ठीक करते है। इसके बाद वही गैली प्रूफ "नेरो" कहलाता है जो समाचार पत्र में छपने के योग्य माना जाता है।

प्रूफ रीडर का कार्य अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। प्रूफ रीडर ऐसा व्यक्ति हो जिसे भाषा की अच्छी जानकारी और गलत-सही का भी विवेक हो। वह ऐसा व्यक्ति होना चाहिए जो प्रूफ रीडिंग के उत्तरदायित्व को भलि भाँति समझता हो। पत्र मे गलतियों के लिए जहाँ सम्पादकीय विभाग उत्तरदायी है वहाँ उतनी ही जिम्मेदारी प्रूफरीडर की भी है। इसी बडी जिम्मेदारी को मानकर प्रेस-आयोग ने अपने प्रतिवेदन में पत्रों के प्रूफ-रीडरों को पत्रकार की कोटि में मानने का सुझाव दिया था। पत्र के मालिक यह मान्यता देने को तैयार नही थे। अतः अखिल भारतीय श्रमजीवी पत्रकार संघ ने सर्वोच्च न्यायालय मे यह निर्णय प्राप्त कर लिया कि समाचार-पत्र के प्रूफ-रीडर पत्रकार की कोटि मे है।

इसके अतिरिक्त सम्पादकीय विभाग मे काम करने वाले पत्रकारो के कुछ पद इस प्रकार है—

1. अग्रलेख लेखक (Leader Writer)—वह व्यक्ति जो समाचार-पत्र के लिए नियमित रूप से अग्रलेख लिखता है उसे लीडर राइटर कहा जाता है। यह समीक्षा, प्रतिक्रिया या आलोचना से सम्बद्ध समाचार भी लिखता है।

2. प्रमुख संवाददाता (Chief Reportor)—यह प्रकाशन केन्द्रों (शाखा कार्यालय) के सभी प्रतिनिधि-संवाददाताओं का प्रमुख होता है। यह स्वय भी समाचार संकलन का कार्य करता है तथा अपने सहयोगियो मे कार्य विभाजन करता है। वह यह भी देखता है कि उसके सहयोगियो ने कार्य समय पर पूरा किया है या नहीं। किसी महत्त्वपूर्ण समाचार-संकलन के अवसर पर वह अपने सहयोगियो का नेतृत्व करता है और उस समाचार के विभिन्न पक्षो को प्रस्तुत करता है।

3. खेल सम्पादक (Sports Editor)—यह समाचार-पत्र के खेल-विभाग का प्रमुख होता है। उसका कार्य खेल तथा इसी प्रकार की अन्य गतिविधियों के समाचारो

ग्रौर प्रतिक्रियाग्रों का निश्चय करना ग्रौर एक या एक से ग्रधिक संवाददाताग्रों या उपसंवाददाताग्रो के कार्यों का निरीक्षण करना है। वह समाचार की सीमा तथा सेल समाचारों के प्रस्तुतीकरण के लिए उत्तरदायी होता है।

4. वाणिज्य सम्पादक (Financial or Business editor)—यह वाणिज्य विभाग का प्रमुख होता है। वाणिज्य, वित्त, व्यापार ग्रौर उद्योग से सम्बन्धित समाचारो तथा विचारो का चुनाव करता है तथा उन पर प्रतिक्रियाएँ व्यक्त करता है। वह एक या एक से ग्रधिक सवाददाताग्रो या उप संवाददाताग्रो के मध्य कार्य का बटवारा करता है तथा उनका निरीक्षण करता है।

5. फिल्म सम्पादक (Film-editor)—यह समाचार-पत्र के फिल्म-विभाग का प्रधान होता है। यह फिल्म तथा रगमच से सम्बद्ध समाचारो तथा विचारों का चुनाव करता है ग्रौर समाचार-पत्र मे फिल्मो तथा रगमंच के लिए निर्धारित स्थान या पृष्ठ का मुखिया होता है। वह एक या ग्रधिक पत्रकारो के काम का निरीक्षण करता है।

6. पत्रिका सम्पादक (Sundy-editor)—यह साहित्यिक विभाग का प्रमुख होता है। यह साहित्यिक सामग्री का चयन करता है ग्रौर रविवारीय पृष्ठ का मुखिया होता है। वह एक या ग्रधिक पत्रकारो के काम का निरीक्षण करता है।

7. व्यंग्य चित्रकार (Cortoonist)—यह व्यंग्य चित्रों (कार्टूनों) के माध्यम से राजनीतिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक समाचारों ग्रौर घटनाग्रो की व्याख्या करता है।

8. समाचार छायाकार (Press Photographar)—यह समारोह, घटनाग्रों तथा सम सामयिक विषयों के चित्र लेता है ग्रौर उन्हें समाचार-पत्र में देता है।

9. कलाकार (Artist)—कलाकार वह व्यक्ति है, जो समाचार-पत्र में प्रकाशन के लिए ड्राइंग, ले ग्राऊट, नक्शे, ग्राफ या इसी तरह के ग्रन्य चित्र तैयार करता है।

10. री राइट मैन (Re-write man)—यह टेलीफोन के माध्यम से समाचार प्राप्त करता है ग्रौर सवाददाताग्रों के टेलीफोन से प्राप्त होने वाले समाचारों को भी लेखनीबद्ध करता है। यद्यपि 'रीराइट मैन' पत्र-कार्यालय में ही बैठकर विभिन्न संस्थाग्रो से समाचार प्राप्त करता है लेकिन उन्हें लिखते समय इस प्रकार से प्रस्तुत करता है जैसे कि वह स्वय उक्त स्थान पर मौजूद था।

11. पुस्तकालयाध्यक्ष—यह समाचारो, लेखों, घटनाग्रों तथा महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों की जीवनियो ग्रादि को एकत्र करके रखता है जिनका उपयोग समाचारो की पृष्ठभूमि तैयार करने के लिये किया जाता है।

गैर पत्रकार—समाचार-पत्र उद्योग मे प्रमुख रूप से तीन प्रकार के कर्मचारी

होते हैं। समाचार-पत्र आयोग (प्रेस कमीशन) ने अपने प्रतिवेदन में इसका उल्लेख किया है।[1] एक समाचार-पत्र प्रतिष्ठान में तीन प्रकार के कर्मचारी आवश्यक हैं—

1. पत्रकार—ये समाचार-पत्र के सम्पादकीय विभाग में कार्य करते हैं। इसमें सम्पादक, उप सम्पादक, संवाददाता आदि शामिल हैं।

2. प्रबन्ध कर्मचारी—ये कर्मचारी प्रशासन, विज्ञापन व वितरण विभागों में कार्य करते हैं।

3. मुद्रणालय कर्मचारी—ये वे कर्मचारी हैं, जो समाचार-पत्र या पत्रिका के कम्पोजिंग तथा मुद्रण के लिए रखे जाते है।

अन्तिम दो वर्गों के कर्मचारी पत्रकार नहीं कहे जा सकते है इसलिए उन्हें गैर-पत्रकार कहते है। इस तरह मुख्य रूप से कर्मचारियों के दो वर्ग समाचार-पत्र प्रतिष्ठानों में होते है—पत्रकार और गैर-पत्रकार।

जिस प्रकार, सम्पादकीय विभाग के पत्रकार कर्मचारी विभिन्न कार्यों के लिए विभिन्न नामों से पुकारे जाते हैं, उसी तरह गैर-पत्रकार कर्मचारियों के विभिन्न कार्यों के अनुसार पद भी अलग-अलग है। प्रशासनिक विभागों, विज्ञापन, वितरण, व्यापार आदि में कार्यरत कर्मचारियों और मुद्रणालय कर्मचारियों के नाम और पद अलग-अलग हैं। गैर-पत्रकारों के लिए नियुक्त वेतन मण्डल ने इन कर्मचारियों का अलग-अलग तरह से वर्गीकरण किया है।

प्रशासनिक विभागों में काम करने वाले कर्मचारी महाप्रबन्धक, प्रबन्धक, विभागाध्यक्ष, प्रमुख लेखाकार, जन सम्पर्क अधिकारी, सम्पर्क अधिकारी, लेखापाल, प्रमुख अतिरिक्त अवेक्षक, सहायक विज्ञापन व्यवस्थापक, सहायक वितरण व्यवस्थापक, कर्मचारी अधिकारी, व्यापार प्रचारक, व्यापार प्रतिनिधि, प्रमुख लिपिक, निजी सहायक, विज्ञापन प्रतिनिधि, विभिन्न प्रकार के लिपिक, खजांची, वितरण निरीक्षक, विज्ञापन अनुवादक, चपरासी, दफ्तरी, चौकीदार और माली आते हैं।

इसी प्रकार समाचार-पत्र के मुद्रणालयों में काम करने वाले कर्मचारियों में लाइनो मैकेनिक्स, मोनो मैकेनिक्स, मोटर मैकेनिक्स, रोटेरी मैकेनिक्स, लाइनो आपरेटर, मोनो आपरेटर, कलर एचर, प्रिन्टर, स्टीरियो मास्टर, मेकअप मैन, हैण्ड कम्पोजिटर, लाइनो आपरेटर, हाफटोन एचर, कैमरा आपरेटर, कास्टर मोनो मास्टर, इलेक्ट्रीशियन, कटर, कारपेन्टर, फिटर, बाइन्डर, आदि आते हैं।

———

1. Report of the Press Commion, Page 189.

4

उप सम्पादक

"उन सम्पादकों को पाठक नहीं जानता जो वस्तुतः समाचार-पत्र को रूप देते हैं और उसके व्यक्तित्व को भी निखारते हैं। उन सम्पादकों को पत्रकारों की बिरादरी में 'उप सम्पादक' कहा जाता है। उप सम्पादक को कारीगर कहा जाये तो ज्यादा अच्छा ही होगा क्योंकि वही प्रकाश्य सामग्री को ठीक-ठाक करता है उसे पठनीय बनाता है। कच्चे माल को तैयार माल में बदलने की जिम्मेदारी उप सम्पादक की होती है। इतना सब कुछ करने पर पाठक (जनता) से उसका साक्षात्कार नहीं हो पाता और वह 'अनसंग हीरो' ही रहता है।"

—श्री गोपाल पुरोहित

पत्रकारिता के दायित्व-निर्वहन में यदि किसी का पहला नाम लिया जा सकता है तो वह उप सम्पादक है, क्योंकि संवाददाता या लेखक से प्राप्त सामग्री "सम्पादन" के लिए उसी को दी जाती है। सम्पादन में वे सभी कार्य शामिल हैं जिनका सम्बन्ध तथ्यों के सत्यापन के साथ-साथ पत्र की शैली के रक्षण से है। अतः उप सम्पादक को समाचार-पत्र की रीढ़ कहा जाता है।

समाचार-पत्रों में उप सम्पादक का महत्त्व बढ़ता जा रहा है। उसकी इस महत्ता को लक्ष्य करते हुए श्री आर. डी. ब्लूमफील्ड (डेली एक्सप्रेस, ब्रिटेन) ने उसे 'क्रियात्मक कलाकार' माना है। "अच्छा उपसम्पादक क्रियात्मक कलाकार है।"[1] इस कलाकार का कार्य तब से प्रारम्भ हुआ माना जा सकता है, जब ब्रिटेन के पत्र 'स्टार' ने 1888 में समाचारों पर आकर्षक शीर्षक देना प्रारम्भ किया। कालान्तर में जैसे-जैसे पत्रकारिता का विकास होता गया, उप सम्पादक का महत्त्व बढ़ा। ए. जे. मैंसफील्ड का कहना है—"निजी व्यक्तित्व, एवं दृष्टि और अपना रंग रखने वाले समाचार-पत्र संसार भर के समाचारों के प्रस्तुतीकरण में विशेषता लाने का दायित्व अपने उप सम्पादकों पर ही छोड़ते हैं।"

न्यूज क्रानिकिल (ब्रिटेन) के सम्पादक जी. एलमर वैल्म की मान्यता है—"भविष्य में समाचार-पत्र का मेरुदण्ड श्रेष्ठ उप सम्पादक ही होगा।" उप सम्पादक "सरकारी सेंसर, समाचार सर्जन, और "अज्ञात सैनिक" माना जाता है। कहा गया है कि समाचार-पत्र जगत् में सबसे उपयोगी व्यक्ति वह है जो सम्पादन करना जानता

---

1. "A good sub editor is a creative arist."

है। लेखक तो बहुत मिल जाते हैं। प्राय: हर क्षेत्र से लेखक आ सकते है किन्तु सम्पादन का कार्य एक अलग-ढंग का काम है और अपनी माँग की तुलना मे वे हमेशा कम संख्या में उपलब्ध होते हैं। इसी अवधारणा को दृष्टिगत रखते हुए श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने कहा है—"विद्वान, पंडित, लेखक और कवि हजारों की संख्या मे मिल सकते हैं, परन्तु योग्य उप सम्पादकों की संख्या उंगलियों पर गिनी जा सकती है।"[1]

श्री के. पी. नारायणन ने उप सम्पादक के महत्त्व का प्रतिपादन इन शब्दों में किया है—"वह विश्वकर्मा, वास्तुकार और शिल्पकार होता है और समाचार-पत्र का रूप सँवारता है। वह एक माली होता है जो समाचार-पत्र कार्यालय में आने वाले समाचारों के जंगल को एक मनोहर उद्यान का रूप दे देता है। जिस तरह दुल्हन का साज शृंगार किया जाता है, उसी प्रकार वह समाचार-पत्र के रूप को सँवारता है। समाचार-पत्र इन व्यक्तियों के बहुत ऋणी होते हैं जो कि अज्ञात रूप से कार्य करते हैं और समाचार-पत्र को प्रतिदिन आकर्षक बनाते है।"[2]

श्री नारायणन आगे लिखते हैं—"उप सम्पादक समाचार-पत्र का अज्ञात योद्धा होता है। जनता सम्पादक को जानती है, वह समाचार-पत्र के संवाददाताओं को भी भली-भाँति जानती है, किन्तु वह उस उप सम्पादक को बहुत कम जानती है जो रात को, जब संसार के सारे लोग निद्रालीन होते है, पाठकों को पढ़ने के लिए प्रात कालीन समाचार-पत्र को तैयार करने के लिए परिश्रम से जुटा रहता है।"[3]

श्री कमलापति त्रिपाठी ने लिखा है—"सम्पादक समाचार-रूपी जल पोत का यदि कप्तान है तो उसके यन्त्र का मुख्य संचालक वह सहायक सम्पादक या उप सम्पादक है जो वास्तव में विशाल जगत् उपाधि में उसके सफल संतरण के लिए जिम्मेदार होता है।"[4]

"विदेशी संवाददाता समाचार-पत्र के हाथ-पाँव का प्रतिनिधित्व करते हैं और सम्पादक तथा अग्रलेख उसके दिमाग है, तो बिना किसी झिझक के उप सम्पादक को उसका दिल कहा जा सकता है।"[5]

श्री विष्णुदत्त शुक्ल ने उप सम्पादक को पत्रकीय अभिनय का प्रमुख पात्र माना है—"उप सम्पादक पत्रकीय अभिनय का प्रमुख पात्र है। बिना रिपोर्टर के काम चल सकता है, बिना संवाददाता के काम चल सकता है, बिना भेंट करने वाले,

1. समाचार सम्पादन—पृष्ठ 9.
2. सम्पादन कला, पृष्ठ 53.
3. सम्पादन-कला, पृष्ठ 41.
4. पत्र और पत्रकार, पृष्ठ 211.
5. The Press—Dereck Hundson (Burkelendon), Page 54.

समालोचना करने वाले और लेख लिखने वाले के भी बिना काम चल सकता है, किन्तु, बिना उप सम्पादक के काम नही चल सकता।"[1]

डॉ. अर्जुन तिवारी ने उप सम्पादक की परिभाषा और उसके महत्व को इन शब्दो मे व्यक्त किया है—"सम्पादक-पत्र की नीति का निर्धारक है तो उप सम्पादक निर्धारित नीति के अनुरूप-पत्र का सम्पादन, प्रकाशन करके वाला व्यक्ति है। एक का कार्य व्यवस्था देखना है तो दूसरे का कार्य उसका अनुपालन करना है। एक शास्त्र है तो दूसरा शास्त्रो का अनुयायी। सम्पादकीय स्तम्भों का उत्तरदायित्व सम्पादक पर है तो समाचार-पत्र के अवशेष भाग की जिम्मेदारी उप सम्पादक को वहन करना है।"[2]

श्री प्रवीण दीक्षित ने सम्पादक, संवाददाता और उप सम्पादक के मध्य समन्वय स्थापित करते हुए लिखा है– 'उप सम्पादक (Sub Editor) संवाददाता और सम्पादक के बीच के, एक ऐसे व्यक्तित्व का प्रतीक होता है जो एक श्रेष्ठ संवाददाता के समान यथार्थता (Accuracy) और सुयोग्य अध्ययनशील सम्पादक के समान 'वर्तमान मामलो' (Current Afairs) से सम्बन्धित पूर्व घटनाक्रम (Back-ground) का जानकार होता है।"[3]

रोलैंड ई० वूलसले ने उप सम्पादक को [अखबारी दुनिया का 'अविश्रुत वीर' कहा है—"उप सम्पादक को हम अखबारी दुनियां का 'अविश्रुत वीर' कह सकते हैं। वही वह चतुर शिल्पी है जो समाचार पत्रो को रूप-रंग देता है, उसमें अपनी अलग विशेपता उत्पन्न करता है तथा उसके स्वरूप एवं विशिष्टत्व का निर्माण करता है। भद्दे ढंग से लिखी गई कापी को काट-छांटकर वही छपने योग्य बनाता है। शुष्क और नीरस तथ्यों को वह मनोरंजक कथाओं में बदल देता है और उन्हें ऐसा जामा पहना देता है जिससे आँखें अनायास ही उनकी ओर आकर्पित होकर ठहर जाती है। तथ्य सम्बन्धी कोई भूल न रह जाये और लिखने के ढंग में कोई त्रुटि न होने पावे, इस बात की भरपूर चेप्टा करता है वह।.....हम जो समाचार-पत्र पढ़ते हैं और जिसे इतना ज्यादा पसन्द करते हैं, वह उस अविख्यात वीर की उपज है जिसे हम उप सम्पादक कहते है। उसे कम ही लोग जानते हैं। समाचार-पत्र की सृष्टि, उसके रूप-रंग और कलेवर का श्रेय पर्याप्त मात्रा में उसी को है, और हम उसके आभारी हैं।"[4]

स्टेनले वाकर ने उप सम्पादक को 'अनसंग हीरो' कहा है और उसके पद तथा दायित्व का बोध अग्र शब्दों में किया है—

---

1. पत्रकार कला, पृष्ठ 172.
2. आधुनिक पत्रकारिता, पृष्ठ 81.
3. जन माध्यम और पत्रकारिता, (प्रथम खंड), पृष्ठ 120.
4. भारतीय पत्रकार कला, पृष्ठ 126.

"This workman, who edits, corrects and manicures the copy which flows across the desk from the reporters, rewrite men, correspondents and News Services and then writes Headlines, is the unsung hero of the fourth state ".[1]

सारांश में कहा जा सकता है कि समाचारों के सभी विवरण को प्राप्त करना, समाचारों में काट-छांट करना, उनकी भाषा सम्बन्धी गलतियों को ठीक करना, शीर्षक लगाना और उन्हें समाचार-पत्र में प्रकाशित होने योग्य बनाकर प्रेस में भेजना उप सम्पादक का सामान्य काम है। इसके अतिरिक्त उप सम्पादकों का मुख्य काम होता है—अंग्रेजी व हिन्दी समाचार-समितियों से दूर मुद्रक पर अनवरत रूप से आने वाले समाचारों का सम्पादन, उनके महत्त्वपूर्ण अंश का चयन और प्राप्त समाचार के आगे या पीछे अंशों का समीकरण।

कार्य तथा उत्तरदायित्व—

पत्रकारिता के व्यवसाय में उप सम्पादक का पद प्रवेश की पहली सीढ़ी है। भारतीय समाचार-पत्रों में संवाददाता और उप सम्पादक एक ही श्रेणी के व्यक्ति माने जाते हैं। जिन उप सम्पादकों को समाचार संकलन के काम में लगाया जाता है वे संवाददाता कहलाते हैं, जिन्हें कापी डेस्क पर बैठाया जाता है वे कापी सम्पादक कहलाते हैं। अमेरीका के पत्रों में कापी सम्पादक को कभी कापी डेस्क का इंचार्ज और कभी समाचार सम्पादक भी कहा जाता है लेकिन भारतीय समाचार-पत्रों में आमतौर पर कापी सम्पादक उप सम्पादक ही होते हैं जो डेस्क पर बैठकर कापी का संशोधन करते हैं। उप सम्पादक के कार्य की देख-रेख मुख्य उप सम्पादक करता है और मुख्य उप सम्पादक के ऊपर समाचार सम्पादक होता है।

उप सम्पादक (कापी सम्पादक) के कार्यों की विवेचना करते हुए वेन्टली ने लिखा है—"कापी सम्पादक का मुख्य कार्य संवाददाता या लेखक के समाचार की जाँच करना और उसे भाषा की दृष्टि से सुधारना होता है। अधिकतर समाचार जल्दबाजी में बनाये जाते हैं। संवाददाताओं को बड़े तनाव में काम करना पड़ता है। उनके द्वारा बनाये गए समाचारों में गलती की हमेशा संभावना बनी रहती है। कापी सम्पादक उनकी गलतियों को ठीक करता है, तथ्यों की जाँच करता है और उन्हें सुव्यवस्थित ढंग से रखता है। यह कार्य पुलिस के कार्य जैसा है। इसके अतिरिक्त उसके प्रशासनिक कार्य निम्न हैं—

1. कम्पोजिटरों और मुद्रकों को निर्देश देना।
2. प्रेस में भेजी जाने वाली प्रेस-कापी पर नियन्त्रण रखना, उपलब्ध स्थान (स्पेस) के अनुसार कापी (सामग्री) को बनाये रखना।

---

1. Stanley walker, City Editor, P. 88.

3. आकस्मिक आवश्यकता को पूरी करने के लिए 'फिलर' या 'टाइप कापी' तैयार रखना।

रचनात्मक कार्य निम्न प्रकार से किया जाता है—

1. समाचार की जाँच और उसका प्रस्तुतीकरण।
2. समाचारों का संकलन।
3. समाचारो के शीर्षक व चित्रों के कैपशन देना।

किन्तु उसका पुलिस कार्य सबसे अधिक महत्त्व का होता है जिसमें कापी-सम्पादक को निम्नलिखित काम करने पड़ते है—

1. समाचार के तथ्य तथा व्याकरण सम्बन्धी गलतियों को ठीक करना।
2. किसी सम्भावित कानूनी उलझनो से समाचार-पत्र को बचाना।
3. समाचारों मे वस्तु निष्ठता, निष्पक्षता और सुरुचि लाकर पाठकों के विश्वास को बनाये रखना।
4. समाचार की स्पष्टता और सार्थकता पर ध्यान देना।

कापी सम्पादक समाचार सम्पादन करते समय निम्न विषयो का निरन्तर ध्यान रखता है—

1. वर्तनी सही हो।
2. व्याकरण की कोई गलती न हो।
3. वाक्य विन्यास सरल हो।
4. शैली आकर्षक और पत्र के अनुरूप हो।
5. समाचार में सुरुचिता बनाये रखी जाए। अश्लील और कर्कश शब्द न हों।
6. तथ्य सही हो।
7. व्यक्तिगत मत की अभिव्यक्ति न होकर समाचार में वस्तुनिष्ठा हो।
8. समाचार में शब्दाडम्बर और नीरस ब्यौरे नही आए।
9. कोई महत्वपूर्ण तथ्य छूट नही जाये।
10. समाचार मे कोई असंगति न हो।
11. समाचार में विज्ञापन न हो।
12. झूठ और पाखण्ड का प्रचार न हो।
13. समाचार पुराना न हो।
14. समाचार से कानूनी समस्या खडी न हो।
15. समाचार मे बदले या प्रतिशोध की भावना न हो।
16. समाचार में पुनरावृत्ति न हो।

कापी सम्पादक को समाचारों के शीर्षक भी देने पड़ते है। उसे शीर्षक लिखने होते हैं जिसमें अग्रांकित विशेषताएं हों—

1. शीर्षक एकदम स्पष्ट हो तथा अर्थपूर्ण हो।
2. शीर्षक उपयुक्त और जानदार शब्दों में लिखा जाये।
3. शीर्षक समाचार के प्रमुख तथ्यों पर आधारित हो।
4. शीर्षक समाचार का अच्छे में अच्छा सारांश दे।[1]

स्पष्ट है कि इतनी सारी बातों का ध्यान रखते हुए समाचारों का सम्पादन करने के लिए एक असाधारण कौशल और जागरूकता की आवश्यकता है। कापी सम्पादक अपने अनुभव और अभ्यास के साथ-साथ ऐसी जागरूकता प्राप्त कर लेता है कि उसकी आँखें ऊपर बताई गई त्रुटियों को सहज ढंग से पकड़ लेती हैं।

इसमें कोई संदेह नहीं कि उप सम्पादक का काम प्रेस कापी में काट-छाँट करना, शीर्षक, उप-शीर्षक, टाइप, पेस आदि के निशान लगाना, उनके लिए मुद्रण का स्थान निश्चित करना आदि होता है। उस पर यह आरोप भी लगाया जाता है कि वह संवाददाता की अच्छी से अच्छी कहानी (स्टोरी) को बिगाड़ देता है। शायद इसी कारण उसे "किराया का हत्यारा" तथा "समाचार का अंग-भंग" करने वाला कहा गया है। उप सम्पादक इसके जवाब में यही कहता है कि संवाददाता द्वारा भेजा गया समाचार अच्छी तरह से नहीं लिखा गया था। उसे फिर से लिखना पड़ा और उसमें कई शब्द जोड़ने पड़े। इस प्रकार संवाददाताओं और उप सम्पादकों के बीच शीत युद्ध या कशमकश चलती रहती है। एक बार एक बड़े समाचार-पत्र के प्रबन्धकों ने यह निर्णय कर लिया कि उप सम्पादक का पद ही समाप्त कर दिया जाए। उनका तर्क था कि उप सम्पादक का काम यदि संवाददाताओं द्वारा लिखे गये समाचारों को ठीक करना मात्र है तो ऐसे संवाददाताओं से ही काम चलाया जा सकता है कि जिनकी प्रेस कापी को ठीक करने की जरूरत ही न पड़े। लेकिन कुछ दिनों के बाद पाया गया कि अच्छे से अच्छा संवाददाता होने पर भी प्रेस कापी का सम्पादन बहुत जरूरी हो जाता है और उसके बाद उस समाचार-पत्र में उप सम्पादकों की संख्या बढ़ गई और उनका महत्त्व आँका जाने लगा।

उप सम्पादक का सबसे बड़ा कठिन और महत्त्वपूर्ण काम होता है समाचारों को औसत पाठक के लिए पठनीय और सहज बनाना। कम से कम समय में तथ्यों का अध्ययन करना और उन्हें ऐसे ढंग से प्रस्तुत करना ताकि पाठक उससे ऊबे नहीं—उप सम्पादक की जिम्मेदारी होती है।

समाचार सम्पादन के समय ध्यान रखने योग्य बातें

(1) उप सम्पादक का काम तलवार की धार पर चलने जैसा है। उसकी जरा सी असावधानी उसके लिए बड़ी समस्या बन सकती है। अतः उप सम्पादकों

---

1. Westley–News Editing P. 3.

को किसी भी तथ्य की पूरी खोज-बीन करके ही समाचार देना चाहिए। उसे सदैव स्मरण रखना चाहिए—"जहाँ संदेह दूर न हो सके, छोड़ दो।" (When Indoubt, leave it out) अतः कहा जा सकता है कि— समाचारों की सत्यता ही उप सम्पादक का परम लक्ष्य है।

(2) उप सम्पादक को आमुख (इन्ट्रो) लिखना पड़ता है। आमुख ऐसा होना चाहिए कि समाचार के महत्वपूर्ण अंश उसमें आ जाने चाहिए। वह पाठक में शेष समाचार पढ़ने की उत्कण्ठा जागृत करें। इन्ट्रो के उपरान्त समाचार को व्यवस्थित रूप देकर उस पर आकर्षक शीर्षक देना पड़ता है। शीर्षक भी ऐसा होना चाहिए जो समाचार को विज्ञापित कर सके या उसे प्रकाश में ला सके। शीर्षक से पृष्ठ को सुन्दर व आकर्षक बनाया जा सकता है, इसका भी स्मरण रखना चाहिए।

(3) समाचार लिखते समय अनुच्छेदों के उपयुक्त संयोजन का ध्यान रखना आवश्यक है। लम्बे, विस्तृत अनुच्छेद नीरस, बेजान और ऊबाउ होते हैं। समाचार लिखते समय एक अनुच्छेद में एक ही तथ्य का समावेश किया जाये।

(4) समाचार के अन्त में कभी भी महत्त्वपूर्ण बात नहीं रखना चाहिए क्योंकि 'मेकअप' के समय उसके कट जाने का खतरा रहता है।

(5) दिनांक रेखा (Date line) का विशेष महत्त्व होता है। इसलिए समाचार में सही दिनांक की ओर विशेष ध्यान देना चाहिए। समाचार में आज, कल या परसों आदि का प्रयोग उचित नहीं है, उसके स्थान पर दिनांक का प्रयोग करना चाहिए। कभी-कभी कुछ समाचार प्रकाशनार्थ तिथि से पूर्व ही समाचार-पत्रों में प्रकाशनार्थ भेज दिये जाते हैं। उप सम्पादक को चाहिए कि वे उसे उक्त निर्देशित तिथि से पूर्व प्रकाशित न करें।

(6) संसद, विधान सभा तथा चुनावों के समय सम्पादकीय विभाग में समाचारों का बाहुल्य होता है। ये सभी समाचार प्रकाशित नहीं किये जा सकते। इन समाचारों में से उप सम्पादक को महत्त्वपूर्ण व सामयिक तथा पाठकों की रुचि के अनुकूल समाचारों को खोजना पड़ता है। इसी प्रकार समारोहों में तथा प्रेस-सम्मेलन पर आमन्त्रित अतिथियों द्वारा लम्बे-लम्बे भाषण या वक्तव्य दिये जाते हैं। इन भाषणों का सम्पूर्ण प्रकाशन असम्भव है। इनमें से महत्त्वपूर्ण अंशों को ही प्रकाशनार्थ दिया जा सकता है। यदि वक्तव्य अधिक लम्बा हो जाए तो उसे उप शीर्षकों तथा अनुच्छेदों में विभक्त कर प्रकाशित किया जा सकता है।

(7) हिन्दी के प्रादेशिक दैनिकों और संवाद समितियों के उप सम्पादकों का कार्य जिला और देहात के संवाददाता और भी कठिन कर देते हैं क्योंकि वे अपने 'समाचार' में अपनी ओर से मिर्च-मसाला लगा देते हैं। अतः उप सम्पादकों को ऐसे संवाददाताओं से अधिक सावधानी रखनी चाहिए।

(8) उप सम्पादक को 'प्रेस कापी' का एक बार ध्यान पूर्वक अध्ययन कर लेना चाहिए। तिथियों और आंकड़ों का मिलान अच्छी तरह कर लेना चाहिए। तिथियां तथा संख्याएं अक्षरों में लिखना चाहिए। समाचार सम्पादन में तटस्थ होना चाहिए। समाचार लेखन के समय आत्म प्रचार, मित्रों के प्रचार की भावना से भी बचना चाहिए। यह प्रवृति स्वयं उप सम्पादक के लिए तथा समाचार-पत्र के लिए हानिकारक हो सकती है।

(9) उप सम्पादक को प्रेस कानून का ज्ञान भी आवश्यक है। यदि कापी-सम्पादक समाचार पत्र को मुकदमे बाजी से बचाने का ही काम करता रहे, तब भी उसकी उपयोगिता सिद्ध हो जाती है। इस काम में जरा सी गलती हो जाने पर समाचार पत्र को भारी नुकसान हो सकता है। उप सम्पादक को कानून से बचाव करने के साथ-साथ उसका काम यह देखना भी होता है कि समाचारों में वस्तुनिष्ठता और निष्पक्षता बनी रहे।

(10) उप सम्पादक को समय के साथ दौड़ करनी पड़ती है। सम्पादकीय विभाग तथा अन्य विभागों में उचित समन्वय कायम रहने पर ही समाचार पत्र समय पर निकाला जा सकता है। सारे कार्य ठीक समय पर होने ही चाहिए अन्यथा समाचार पत्र छपने में विलम्ब हो जायेगा।

(11) उप सम्पादक को अपनी भाषा इतनी सरल व सहज रखनी चाहिए कि पाठक समाचार के कथ्य को हृदयगम करले। ग्राम्य या अशिष्ट शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए। वाक्य लम्बे या जटिल न हों। विशेषण के अत्यधिक तथा अनावश्यक प्रयोगों से उसे बचना चाहिए। समाचार में जो बातें पहले आ गई है उसकी पुनरावृति न हो। इसका ध्यान रखना चाहिए।

(12) उप सम्पादक को प्रेस का, विशेषकर टाइपों का ज्ञान होना चाहिए। किस समाचार के महत्वपूर्ण अंश को काले टाइप में कम्पोज कराना है, किसे 'बाक्स' बनाना है या उसे 'इंडेन्ट' कराना है आदि। इसी प्रकार शीर्षक देते समय एक कालम या दो कालम में कितने प्वाइंट के कितने वर्ण आ सकेंगे, इसकी जानकारी भी रखनी आवश्यक है।

(13) समाचार सम्पादन करते समय उसे ज्ञान होना चाहिए कि पत्र का संस्करण किस क्षेत्र में जायेगा। उसे चाहिए कि उस क्षेत्र के समाचारों को प्राथमिकता दे जिससे उस समाचार पत्र की लोकप्रियता उस क्षेत्र में बढ़ सके। बाद में उन्हीं समाचार को अन्य संस्करणों में छोटा किया जा सकता है।

श्री जार्ज ब्लैंड ने 'प्रेस एण्ड दी पब्लिक' में उप सम्पादक के चार हाथ और चार नेत्र इस प्रकार बताये हैं—

चार हाथ—1. चुनाव

2. मवाद दबाना

3. प्रधानता देना
4. तोड़ना-मरोड़ना

चार नेत्र—1. घड़ी
2. समाचार की सत्यता
3. कानून
4. पत्र की सर्वतोमुखी प्रतिभा-1

उप सम्पादक के उपकरण

उप सम्पादक के काम का परिचय प्राप्त करने के बाद यह प्रश्न उठता है कि वह इतने सारे जटिल कार्य कैसे सम्पन्न करता है। वह किन उपकरणों की सहायता लेता है। उसके भौतिक उपकरणों में न केवल कलम, पैंसिल, रबर, कैंची, स्केल, गोंद, लिखने के कागज, टाइपराइटर तथा टेलीफोन आते हैं बल्कि संदर्भ ग्रन्थ, शब्द कोश आदि भी आ जाते हैं। बौद्धिक उपकरण वह अपने अनुभव और अभ्यास से प्राप्त करता है।

भौतिक उपकरण

उप सम्पादक का सर्वाधिक जाना-पहचाना हथियार उसकी पैंसिल है। यह एक विशेष तरह की पैंसिल होती है, जो साधारण पैंसिल से मोटी होती है। इसका सिक्का काफी मोटा और बहुत नरम होता है। उसकी मेज पर इस प्रकार की तीन-चार पैंसिल हमेशा तैयार रहती है। कापी को साफ रखने के लिए उसे कभी रबर का उपयोग करना पड़ता है। कापी को काटने, चिपकाने के लिए कैंची व गोंद भी उसके पास रहता है। प्रेस-कापी को टाइप करने व समाचार लिखने के लिए टाइप-राइटर भी होना चाहिए। टेलीफोन का उपयोग किसी तथ्य की पुष्टि के लिए या नई सूचना प्राप्त करने के लिए करना पड़ सकता है।

शैली-तालिका (स्टाइल-शीट) और शीर्षक तालिका (हैड शिड्यूल) दो अन्य महत्वपूर्ण उपकरण है। समाचार-पत्र विशेष की शैली सम्बन्धी नियम और उसकी जानकारी की सूची शैली-तालिका मे होती है। प्रत्येक पत्र की शैली-तालिका अलग-अलग होती है। इसमें वर्तनी, विराम चिन्ह, केपिटल अक्षर, पैराग्राफ शुरू करने, उद्धरण लिखने, संक्षिप्त शब्दों के प्रयोग आदि के सम्बन्ध मे सूची होती है। इस तालिका का उद्देश्य यह है कि पत्र में शैली की एकरूपता बनी रहे। शीर्षक-तालिका में समाचारों के शीर्षकों की शब्द मात्रा, संख्या, घेरी जाने वाली माप आदि दिये होते हैं।

---

1. श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी—समाचार सम्पादन, पृष्ठ 14–15.

सन्दर्भ-ग्रन्थों में शब्द कोश, विश्व कोश, मानचित्र, एटलस जीवनियां, जीवनी-कोश अथवा हूज हूं, विभिन्न विषयों के प्रामाणिक तथ्यों तथा आंकड़ों आदि की पुस्तकें शामिल हैं।

बौद्धिक उपकरण

सर्व प्रथम उप सम्पादक का निजी बौद्धिक स्तर उसका उपकरण होता है। उसे ऐसा सुशिक्षित व्यक्ति होना चाहिए जो अपने ज्ञान का व्यवहारिक उपयोग करने में सक्षम हो, केवल विद्वान होना काफी नहीं, उसे पत्र को रोचक, सुरुचि पूर्ण, स्पष्ट और शुद्ध भाषा युक्त पत्र बनाने में अपने ज्ञान तथा अनुभव का उपयोग करने में सक्षम होना चाहिए। इसके अतिरिक्त उसमें निम्न बौद्धिक कौशल होना चाहिये—

1. कापी डेस्क के कार्य की पूरी जानकारी।
2. सन्दर्भ-ग्रन्थों की जानकारी। किसी भी संदर्भ-ग्रन्थ से मनचाही जानकारी निकालने का कौशल।
3. अपने पाठक-वर्ग और उसके समाज का उस अच्छा ज्ञान होना चाहिए। वहां के भूगोल, साहित्य, संस्कृति, प्रमुख संस्थाओं, महत्वपूर्ण व्यक्तियों की जानकारी भी आवश्यक है।
4. भाषा पर अच्छा अधिकार होना चाहिए।
5. उप सम्पादक के लिए सन्तुलित विचारों व निर्णयात्मक शक्ति का होना आवश्यक है।

कापी संपादन के उद्देश्य

उप सम्पादक कापी में किस-किस प्रकार के संशोधन करता है, उन सबकी सूची बनाना असम्भव है किन्तु उसके सामने निम्नलिखित उद्देश्य होते हैं। इन्हीं उद्देश्यों की चर्चा वेस्टली ने अपनी पुस्तक (News Editing) में विस्तार से की है[1]—

1. पाठक सुविधा के लिए संशोधन
2. शैलीगत संशोधन
3. उपलब्ध स्थान के अनुसार समाचारों में संशोधन
4. तथ्य सम्बन्धी भूलों का संशोधन
5. समाचार को सरल, स्पष्ट और शुद्ध बनाने के लिए संशोधन
6. समाचारों को वस्तुनिष्ठ, निष्पक्ष और कानूनी दृष्टि से निरपराध बनाने के लिए संशोधन
7. पुनर्रचना के लिए संशोधन

---

1. News Editing, P. 4.

8. स्टोरी (कहानी) की रंगत बदलने के लिए संशोधन
9. सुरुचिता के लिए संशोधन।

उप सम्पादक के गुण

उप सम्पादक का कार्य अत्यन्त चुनौतीपूर्ण है और इसकी सफलता उसकी स्वयं की योग्यता, सूझबूझ, प्रतिभा तथा अनुभव पर ही निर्भर करती है। एक सफल उप सम्पादक के लिए निम्न गुण अपेक्षित है—

(1) उप सम्पादक के लिए यह आवश्यक नहीं है कि वह अपने विषय का विशेषज्ञ हो। आवश्यक यह है कि एक ही विषय की समस्त बातें जानने की अपेक्षा वह समस्त विषयों की थोड़ी-थोड़ी बातें जाने। उसे अंग्रेजी कहावत के अनुसार (Jack of all trades) हर विषय में थोड़ा दखल रखने वाला होना चाहिए। उसे सभी विषयों की काम चलाऊ जानकारी होनी चाहिये क्योंकि उसे देश-विदेश, वाणिज्य, खेलकूद आदि विभिन्न क्षेत्रों के समाचारों का सम्पादन करना होता है।

"सम्पादक की भांति उत्तर-दायित्व का बोध, आदर्शवादिता, कल्पना शीलता, पारदर्शी बुद्धि और लेखन कला में प्रवीणता तथा विविध विषयों का ज्ञान भी उसे होना चाहिए।"[1]

(2) सफल उप सम्पादक के लिए जरूरी है कि उसका भाषा पर अधिकार हो जिससे आम बोल-चाल की भाषा में समाचार लिख सके, दूसरी भाषा से अपनी भाषा में अनुवाद कर सके और समाचार पर ईमानदारी तथा स्पष्टता के साथ टीका-टिप्पणी कर सके।

(3) उप सम्पादक में निर्णयात्मक शक्ति का होना बहुत आवश्यक है। कौन से समाचार प्रकाशन योग्य है और कौन से नहीं, किस समाचार में कहां समाचार तत्त्व (News Value) छिपा हुआ है, किस समाचार में विज्ञापन की गंध दिखाई दे रही है आदि का निर्णय उसे तत्काल ही करना पड़ता है। 'समाचार की समझ' (Senes of News) का धनी होना उसके लिए आवश्यक है।

(4) उसकी स्मरण शक्ति का तीव्र होना भी आवश्यक व महत्त्वपूर्ण है। इसमे उसे टीका टिप्पणी करने, समाचारों का तारतम्य निभाने व उसके प्रस्तुतीकरण में सहायता मिलती है।

(5) प्रेस-कानूनों का पर्याप्त ज्ञान व जानकारी उप सम्पादक के लिए आवश्यक है। उसकी जरा सी लापरवाही उसे ही नहीं बल्कि उसके समाचार-पत्र संस्थान व सम्पादक को भी संकट में डाल सकती है।

(6) उप सम्पादक की विवेचना शक्ति बहुत उन्नत और उसका मस्तिष्क

1. पत्र और पत्रकार-कमलापति त्रिपाठी, पृष्ठ 224.

सुलझा होना चाहिए, ताकि जो बातें कही जायें उसे वह शीघ्रता और आसानी के साथ समझ सके। उस पर अपने विचार भी सरलतापूर्वक प्रकट कर सके।

(7) उप सम्पादक को शारीरिक दृष्टि से उपयुक्त होना चाहिए ताकि कार्य की अधिकता उसे जल्दी थका न दे। चपलता और शीघ्रतापूर्वक कार्य करने की शक्ति से भी बहुत लाभ होता है। उसमें निरन्तर एक अदम्य उत्साह और कार्यशीलता भी रहनी चाहिए। काम को समाप्त कर डालने की धुन उप सम्पादक के लिए एक आवश्यक गुण है। इन गुणों के अतिरिक्त दूर दृष्टि, संवेदनशीलता, अध्यवसायता, परिश्रम-शीलता यहां तक कि रात-दिन मेज-कुर्सी के साथ गुंथे रहने को तैयार रहने की शक्ति, निश्चित समय से सब काम करने की आदत आदि गुण भी उप-सम्पादक की योग्यता बढ़ाने वाले होते हैं।

(8) उप-सम्पादक के लिए जरूरी है कि वे समाचार पत्रों का खूब अध्ययन करें। जितने अधिक समाचार-पत्र पढ़ेंगे, उतना ही अधिक अच्छा उनका समाचार-पत्र निकलेगा। समाचार लेखन व सम्पादन में निखार आयेगा।

श्री कमलापति त्रिपाठी ने उप-सम्पादक के गुणों की चर्चा करते हुए अपनी पुस्तक 'पत्र और पत्रकार' में लिखा है—आधुनिक पत्रकार कला ने अपने ढंग और स्वरूप के द्वारा उप-सम्पादक की शक्ति और उसके उत्तरदायित्व को बेहतर बढ़ा दिया है। उसकी शक्ति, और उत्तरदायित्व का यह विस्तार इस बात की अपेक्षा करता है कि उप सम्पादक के नैसर्गिक और प्राप्त गुण तथा उसकी विशेषताएँ भी व्यापक तथा विस्तृत हों। उप-सम्पादक में समाचार बोध, विवेचनात्मक बुद्धि, व्यापक दृष्टिकोण, कल्पना शीलता, सामाजिक जीवन के प्रति सजीव सहानुभूति पूर्ण भाव, सत्य के प्रति निष्ठा, सेवाव्रत को पूरा करने का दृढ़ संकल्प, अपने काम में दिलचस्पी आदि नैसर्गिक गुण तो होने ही चाहिए पर इन सब के सिवा उसमें और बातें भी हों—

(1) मस्तिष्क व्यवस्थित और सतुलित हो जिसके फलस्वरूप वह उचित विवेचना करने तथा तत्व को समझने में समर्थ हो सके।

(2) मन शांत हो और उत्तेजित वातावरण में शीघ्रता से काम करते हुए भी अपने को धीर तथा मुक्त रख सके।

(3) प्रत्युत्पन्नमति हो और शीघ्रता से निर्णय करने की शक्ति हो।

(4) तीक्ष्ण बुद्धि, उत्तरदायित्व का बोध तथा साहस के साथ कल्पना आकाश में उड़ने की क्षमता रखते हुए भी उसका उपयोग उचित दिशा में करने की समझ हो।

(5) बहुश्रुत साधारण बुद्धि और न्याय-पथ पर डटे रहने का [illegible] निश्चय हो।

(6) घटनाओं के समाचारों के समुद्र के तट पर खड़े रहते हुए भी तत्व की बात को चुन लेने और उचित प्रकार से उसे प्रकट करने की योग्यता हो।

(7) समय को पहचानने और उसके अनुकूल बनने की शक्ति हो।

(8) प्रौढ़ साधारण शिक्षा तथा व्यापक साधारण ज्ञान।

(9) विशेष रूप से आधुनिक प्रश्नों और समस्याओं के संबन्ध में अच्छी जानकारी और समझ। आधुनिक पत्रकार-कला और साधारण साहित्य का अच्छा ज्ञान।

(10) पत्र सम्बन्धी कानूनों का ज्ञान।

(11) भाषा पर खास अधिकार और भावों को व्यक्त करने की क्षमता।

(12) प्रौढ़ तथा स्वस्थ शरीर जिसमें घंटों अतिरिक्त भाव से कठिन कार्य किया जा सके। थोड़े में ही सिर, पेट और कमर के दर्द वाले निकम्मे सिद्ध होंगे।

(13) सहयोगियों को प्रसन्न रखने, उनके प्रति सहानुभूति रखने, उनकी कठिनाइयों को समझने, तथा साथ लेकर काम करने की क्षमता।

(14) सम्पादन कला विषयक तमाम कामों को भली-भाँति जानना और आवश्यकता पड़ने पर उन्हें कर सकने की योग्यता रखना।[1]

कर्मयोगी

उप-सम्पादक का जीवन किसी कर्म-योगी से कम नहीं है। जब रात को सारा संसार सोता है, वह जागता है और विभिन्न क्षेत्रों से आने वाले समाचारों से उलझता है। दिन मे उसे जो भी समय मिलता है वह पत्र-पत्रिकाएँ पढ़ने और सामग्री एकत्रित करने में लगा देता है। इस प्रकार उसका पारिवारिक जीवन, सामाजिक जीवन, अस्त-व्यस्त रहता है। उसका कार्य अत्यन्त चुनौती पूर्ण है। श्री कमलापति त्रिपाठी के शब्दों में—"उप-सम्पादक के लिए न सिनेमा है, न खेल कूद है, न राग-रंग है। बहुधा अपने बच्चों और अपनी पत्नी से भी उस समय दूर पड़े रहना होता है। जब सारा संसार सुख की नींद सोता रहता है। कृष्ण कहते हैं कि सब प्राणियों के लिये जो रात है उसमे संयमी जागता और जो मुनि के लिये दिन है उसमें सारा जगत् सोता रहता है, संयमी और मुनि के लिए तो यह होगा ही, पर हम पत्रकार किस संयमी और मुनि से कम है? जब जगत् सोता रहे उस समय हम पिसते रहें। इतनी कठिनाई के बाद भी इसका कोई स्पष्ट भौतिक पुरस्कार नहीं। पत्र सब पढ़ते हैं पर सम्पादकीय विभाग के उप-सम्पादक को कौन जानता है? उसे न आदर प्राप्त है और न यश।"

1. पत्र और पत्रकार-पृष्ठ 243.

5

समाचार प्रस्तुतीकरण एवं पृष्ठ सज्जा

संवाददाता समाचार का संकलन करते हैं और उन्हें समाचार-पत्रों या समाचार समितियों को प्रकाशनार्थ भेज देते हैं, तो क्या इससे उनका उत्तरदायित्व पूरा हो जाता है ? पाठक को पढ़ने के लिए समाचार मिल जाते हैं ? नहीं। पाठक तो समाचार-पत्र में समाचारों को छपा हुआ देखते हैं, उन पर विभिन्न टाइप के शीर्षक भी होते हैं और समाचार-पत्र के पृष्ठ को साज-सज्जा (ब्लाक, चित्र, कार्टून आदि) के साथ सजाया भी जाता है, लेकिन संवाददाता तो केवल समाचार लिखकर भेजते हैं—तो फिर इन समाचारों का सम्पादन कर उन्हें संशोधित रूप में कौन प्रस्तुत करता है ? इस सन्दर्भ में यहाँ सम्पादकीय-विभाग के सदस्यों की भूमिका का उल्लेख आवश्यक है, क्योंकि उप सम्पादक ही समाचारों को अन्तिम रूप देते हैं।

संवाददाताओं को समाचार-लेखन, सम्पादन और पृष्ठ साज-सज्जा के सम्बन्ध में मुख्य बातों की जानकारी होनी आवश्यक है यदि उनके द्वारा भेजे गए समाचार सम्पादकीय विभाग के अनुकूल होंगे तो उप सम्पादकों को सुविधा होगी। उप सम्पादक समाचारों को पत्र की नीति, भाषा-शैली के अनुसार सम्पादित करते हैं। यह कार्य समाचार-सम्पादन में अपना महत्त्वपूर्ण स्थान रखता है। इस सन्दर्भ में समाचार-पत्रों के स्वामी सम्पादकीय विभाग को अनावश्यक और निष्प्रयोजन समझते हुए गलत निर्णय कर लेते हैं। अमेरीका के एक समाचार-पत्र 'पी. एम.' के संचालकों ने उप सम्पादकों के पद को समाप्त कर दिया और आज्ञा दी कि संवाददाताओं से जैसे समाचार प्राप्त हों, उन्हीं के आधार पर समाचार-पत्र निकाला जाए। दो दिन में सारा काम चौपट हो गया। समाचार-पत्र बहुत देर से निकला और जो भी निकला, वह समाचार-पत्र नहीं था, बल्कि छपे हुए उल्टे-सीधे कागज़ों का पुलिन्दा था। समाचार है तो सुर्खी नहीं, कोई समाचार दो-दो, तीन-तीन बार छप गया, महत्त्वपूर्ण समाचार गायब हो गए और कहीं समाचार बिना शीर्षक के छपे रहे हैं। 'पी. एम.' के संचालकों के होश दो दिन में ठीक हो गए। उप सम्पादकों के पद फिर से स्थापित किये गये और उनके पदों की संख्या पहले से कहीं अधिक थी। इसलिए कहा जाता है—पत्रकारिता सामयिक ज्ञान का ही कार्य है। ऐसा कार्य जिसमें आवश्यक तथ्यों को प्राप्त करना, उनकी महत्ता के अनुसार उसे तैयार करना और उसको बुद्धिमत्ता से प्रस्तुत करना।

समाचार प्रस्तुतीकरण में तीन विषयों पर ध्यान रखा जाना आवश्यक है—

1. समाचार-पत्र की भाषा
2. शीर्षक
3. पृष्ठ की साज-सज्जा।

1. समाचार-पत्र की भाषा

भाषा के स्वरूप को प्रभावित और विकसित करने में समाचार-पत्रों की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। डॉ. श्री कृष्णलाल के शब्दों में "प्रचार-प्रसार विकास एवं परिमार्जन में पत्र-पत्रिकाओं का महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। हिन्दी गद्य के अभ्युत्थान की प्रेरणा समाचार-पत्रों से प्राप्त हुई और आधुनिक हिन्दी गद्य के अनेक कृति साहित्यकारों ने, जो समाचार-पत्रों के सम्पादक थे, अपने कृतित्व को समाचार-पत्र के माध्यम से प्रस्तुत किया तथा अन्य गद्यकारों को भी प्रभावित किया। न केवल साहित्यिक दृष्टि से पत्र-पत्रिकाओं का योगदान हिन्दी की समृद्धि में उल्लेखनीय है, अपितु भाषा की दृष्टि से भी वह महत्त्वपूर्ण है।"[1] इसी प्रकार गद्य शैलियों के विकास में भी समाचार-पत्रों ने और विशेष रूप से मासिक पत्रों ने, सहायता दी है।[2]

साप्ताहिक, पाक्षिक और मासिक पत्रिकाओं के सम्पादक समय की पर्याप्तता के कारण रचनाओं की भाषा में बार-बार संशोधन कर उसे अधिक निखारने में समर्थ होते हैं, लेकिन दैनिक पत्रों की प्रकृति की तात्कालिकता के कारण ऐसा सम्भव नहीं है। इसलिए कहा गया है कि—"पत्रकारिता जल्दी में लिखा गया साहित्य है"। दैनिक समाचार-पत्र एक लेखनी का परिणाम नहीं होता है। गाँवों के अर्द्ध शिक्षित संवाददाताओं से लेकर उप सम्पादक, मुख्य उपसम्पादक तथा सम्पादक तक की लेखनियाँ समाचार-पत्रों की भाषा को स्वरूप प्रदान करती हैं। हिन्दी दैनिक-पत्रों के सामने कुछ ऐसी विवशताएँ हैं जो अंग्रेजी-पत्रों के सामने नहीं होती है। अंग्रेजी दैनिक-पत्रों के बारे में यह कहा जा सकता है कि कोई विरला ही पाठक उन्हें प्रारम्भ से अन्त तक पढ़ता होगा लेकिन हिन्दी-पत्रों के बारे में यह बात नहीं कही जा सकती। हिन्दी-पत्रों के कितने ही पाठक ऐसे हैं जो शुरू से आखिर तक पत्र को नहीं पढ़ लेते, तब तक उन्हें चैन नहीं मिलता। कभी-कभी तो गाँव की किसी पंचायत में हिन्दी का पत्र जाता है, एक व्यक्ति उसे पढ़कर सुनाता है और जो ग्रामवासी स्वयं पढ़ना नहीं जानते, वे उसे सुनते हैं।

लोकोन्मुखता

"पत्रकारिता की भाषा का स्वरूप तो होता ही है, किन्तु यह प्रौद्योगिकी और चिकित्सा की भाषा की तरह तकनीकी नहीं होती। यदि इसकी भाषा साहित्यिक

---

1. आधुनिक हिन्दी साहित्य का विकास—1900–1925, पृष्ठ 361.
2. रामरतन भटनागर—हिन्दी गद्य, पृष्ठ 155.

नहीं होती, तो आम फहम भाषा भी नहीं होती। इसकी स्थिति दोनों प्रवृत्तियों के बीच की होनी है। इसमें प्रयुक्त भाषा का प्रभाव क्षेत्र व्यापक है, इसलिए लोक व्यवहार में जिस भाषा का प्रयोग होता है, उसका प्रयोग पहले पत्रकार ही करते हैं। इस प्रकार पत्रकारिता की भाषा में सर्वजन सुबोधता, प्रयोग धर्मिता और लचीलापन होता है, जो उसे विशिष्ट रूप प्रदान करता है।[1] पत्र का भाषा सम्बन्धी दृष्टिकोण कितना ही शुद्धवादी क्यों न हो, उसे अपने पाठक वर्ग के अनुरूप भाषा को ढालना पड़ता है। समाचार-पत्र जनता की चीज है और किसी भी क्षेत्र में उसे जनता से दूर नहीं जाना चाहिए। एक अच्छे समाचार-पत्र को अपनी बात उस भाषा में करनी चाहिए, जिसे जनता अच्छी तरह समझती हो। इस सन्दर्भ में डेनियल डेफो का यह कथन आज भी महत्त्वपूर्ण है—"यदि कोई मुझसे पूछे कि भाषा का सर्वोत्तम रूप क्या है, तो मैं कहूंगा कि वह भाषा, जिसे सामान्य वर्ग के भिन्न-भिन्न क्षमता वाले पांच सौ व्यक्ति (मूर्खों और पागलों को छोड़कर) अच्छी तरह समझ सकें।"

दैनिक पत्रों का काम ही ऐसा है कि न तो वे आग्रहवादी हो सकते हैं और न परहेजवादी। इसलिए जो शब्द आम-बोलचाल में पच गये हैं या रच गये हैं, फिर चाहे वे अंग्रेजी के हों या उर्दू-फारसी के, उनसे परहेज करने की आवश्यकता नहीं है। अरबी-फारसी के शब्द मुगलकाल तथा अंग्रेजी के शब्द ब्रिटिशकाल की देन हैं। शुद्धता के नाम पर प्रचलित शब्द को छोड़कर अप्रचलित शब्द या नया शब्द गढ़ना अनावश्यक है।

अपराध समाचारों के सम्पादन में फरार, जब्त, बरामद, मुठभेड़, तलाशी, गिरफ्तार, वारदात, सुराग, नकबजनी, कैद, हिरासत, नजरबन्द, इस्तगासा, जमानत, जालसाजी, ज्यादती, गिरोह, रिहाई, चालान, जाली, जुर्माना, दावा, कचहरी और अदालत आदि अरबी-फारसी के शब्द प्रचलित हैं। अन्य समाचारों में भी कार्यवाही, मुकदमा, मुद्दई, मुद्दा, बहस, कारागार, लाश, नामजद, मसौदा, बयान, माफी, जोश, पेशकश, बहाल, निगरानी, कारोबार, वसूली, मुनाफा, दौरा, रवाना, वायदा, रहम, इस्तीफा, बगावत, हस्ती, तौर-तरीके आदि शब्दों का मुक्त रूप से प्रयोग होता है। अंग्रेजी के भी शब्द हैं—कम्पनी, मजिस्ट्रेट, चार्जशीट, स्टंट, मीटिंग, पासपोर्ट, वारण्ट, कोटा, रिपोर्ट, फोटो, सप्लाई, हार्ट-अटैक, कोटा, कोरम, चार्ज, सेवा, रिटायर आदि।

सामान्य पाठक की आवश्यकताएँ पूरी करने के लिए बोलचाल की ठेठ शब्दावली का प्रयोग भी दैनिक-पत्रों में धड़ल्ले से होता है जैसे—भगदड़, हुल्लड़, हड़ताल, धमकी, चोट, ठग, घोटाला, भिड़न्त, हौवा, लताड़, पथराव, धक्का-मुक्की, भरमार, भड़ास, खिचड़ी, हाथापाई, भगदड़ आदि। इस प्रकार पत्र-पत्रिकाओं में लोक-प्रचलित भाषा की ओर अधिक झुकाव रहता है।

1. डॉ कृष्ण कुमार गोस्वामी—प्रचार माध्यम, जनवरी-जून, 1981 पृ० 43.

अनुवाद

हिन्दी के समाचार-पत्रों के सामने सबसे बड़ी बाधा और सबसे बड़ी विवशता है—अनुवाद की। आज देश की प्रमुख समाचार-समितियाँ (पी. टी. आई. व यू. एन. आई.) अपने समाचार अंग्रेजी मे देती है। हिन्दी की समाचार समितियाँ ('हिन्दुस्तान समाचार' व 'समाचार भारती' व 'यूनिवार्ता') अभी इतनी सक्षम नहीं है कि दैनिक पत्र केवल उन्हीं पर निर्भर रह सके। हिन्दी पत्रों को अंग्रेजी में प्राप्त समाचारों का हिन्दी अनुवाद करना पड़ता है। इस कारण हिन्दी के पत्रों की भाषा का स्वरूप अंग्रेजी की वाक्य रचना, शब्दावली और व्याकरण सम्बन्धी प्रवृत्तियों से प्रभावित होता है। यह कैसा दुर्भाग्य है कि इन समाचार समितियों के संवाददाता भारतीय भाषा के समाचार का अंग्रेजी में अनुवाद करते हैं और पत्र के उप सम्पादक फिर उसी का हिन्दी में या अन्य भारतीय भाषाओं में अनुवाद करते है। इस तरह अनुवाद का अनुवाद होने से वह समाचार कभी-कभी मूल से बहुत दूर जा पड़ता है। इस स्थिति की ओर संकेत करते हुए वरिष्ठ पत्रकार श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने लिखा है "अनुवाद करते 'समय मक्षिका स्थाने मक्षिका' (मक्खी की जगह मक्खी) रख देने की मनोवृत्ति ने एक ओर हिन्दी पत्रकारों को भ्रष्ट किया और दूसरी ओर हिन्दी पर कुठाराघात। समाचार-पत्रों मे प्रयुक्त होने वाली हिन्दी अंग्रेजी की अनुचरी बनकर कान्तिहीन और अवरुद्ध गति वाली हो गई।"[1] दूसरे "अनुवाद की जूठन और अंग्रेजी वृत्ति से तैयार किये गये समाचारों के द्वारा राष्ट्र-भाषा की पत्रकारिता महत्वशाली ढंग से जनमानस को प्रभावित नहीं कर सकती।"[2]

समाचार-पत्रों की भाषा का मानवीकीकरण आवश्यक है। राजस्थान पत्रिका के सम्पादक श्री कपूरचन्द कुलिश का मत है कि "हिन्दी-पत्रो की भाषा का मानकीकरण होना आवश्यक है। अंग्रेजी संवाद समितियों के कारण हिन्दी पत्रकारों के संस्कार और विचार आयातित हो गये हैं तथा अनुदित भाषा के कारण अनेक बार हास्यास्पद स्थिति उत्पन्न हो जाती है।"[3]

समाचार-पत्रों में काम बहुत जल्दी मे होता है, इसलिए कभी-कभी अंग्रेजी में अनुवाद करते समय गलती भी हो जाती है। अनुवाद की कुछ हास्यास्पद किन्तु तथ्यपूर्ण बातें भी सामने आई है। किसी वायसराय के शिकार के समाचार मे एक अंग्रेजी समाचार समिति ने लिखा— "वायसराय शाट" इसका एक भाषाई पत्र में अनुवाद हुआ—"वायसराय को गोली मार दी गई।" पत्र ने वायसराय की मृत्यु पर शोकपूर्ण काली रेखा (ब्लेक रूल) भी समाचार के साथ लगा दी। इसी तरह

1. 'समाचार सम्पादन', पृष्ठ 94.
2. 'समाचार सम्पादन', पृष्ठ 29.
3. यूनिवार्ता (जयपुर) की ओर से आयोजित संगोष्ठी पर दिया गया वक्तव्य।

एक पत्र ने 'पाँच सौ रेल्वे स्लीपर बहे जाने' के समाचार का अनुवाद किया कि—"रेल के पाँच सौ सोये हुए यात्री बह गये।" स्काउट की रैली में 'कब्ज' को भाषण देने का अनुवाद छापा गया कि—शेर के बच्चों को सम्बोधित करते हुए कहा—आदि। इसी प्रकार "थर्ड डिग्री मैथड्स—तीसरे दर्जे के हथकंडे, टेक वार फेयर—तालाब लड़ाई, टू टेम दि रीवर्स—नदियों को पालतू बनाना, रेड लेटर डे—लाल पत्र दिवस, पर हैड इनकम-प्रति नरमुंड के पीछे होने वाली आय" आदि लिखना उपहासास्पद है।

जरा सी असावधानी से ही क्या-क्या गुल खिल सकते हैं, यह निम्न उदाहरण से स्पष्ट हो जायेगा। अलजीरिया में फ्रान्सीसी उप निवेशवाद के विरुद्ध जोरों से युद्ध चल रहा था, प्रायः ऐसे समाचार आते थे कि आज इतने राष्ट्रवादी मारे गये, आज इतने मारे गये। एक बार अनुवादक महोदय जल्दी में अनुवाद कर गये–"अलजीरिया के..........नगर में कल जोरों की लड़ाई हुई जिसमें लगभग ढाई सौ राष्ट्रपति मारे गये।" निश्चय ही ऐसा जल्दी में, भूल से लिखा गया था, परन्तु फिर भी इसे क्षम्य नहीं माना जा सकता। अतः अनुवादकों को सदैव सतर्क रहना चाहिए।[1]

रोमन लिपि अर्थ का अनर्थ

अंग्रेजी भाषा के अलावा रोमन लिपि भी अनर्थ की जड़ है। रोमन लिपि में में त वर्ग का अभाव है, ड, ण, ण, न इन चारों के केवल एक अक्षर 'एन' (N) है। इसलिए अनेक बार भारतीय नगरों, ग्रामों और व्यक्तियों के नाम गलत लिख जाते हैं। यह समस्या केवल हिन्दी पत्रों और अन्य भारतीय भाषाई पत्रों की ही है, अंग्रेजी पत्रों की नहीं। स्थानों के गलत नाम जो हिन्दी पत्रों में प्रकाशित होते हैं, उनके उदाहरण देखिए—टैक्सिला (तक्षशिला), पंजिम (पणजी), कैम्बे (खम्भात), बुलसर (बलसाड), पैथन (पैठन), दोदा (डोडा), भटन (मत्तन), पम्पर (पामपुर) बड़ा मुल्ला (बारा मुल्ला) आदि।

इसी प्रकार रोमन लिपि के चमत्कार के कारण ही रवीन्द्रनाथ ठाकुर 'ठाकुर' से 'टैगोर' हो गए, सुव्रत मुखर्जी सुब्रतो मुखर्जी, रणजी द्रानी रजी द्रानी, सामोग सागोग, शुभ लक्ष्मी गुप्ता लक्ष्मी तथा भंडार नायक और सेना नायक भंडार नायके और सेना नायके हो गए। रोमन लिपि की कृपा से जैसे राम से रामा, केरल से केरला, मिश्र से मिश्रा, कृष्ण से कृष्णा, अशोक से अशोका, योग से योगा हो गया। वैसे ही अब आकाशवाणी और दूरदर्शन के अंग्रेजी-समाचार बुलेटिनों में अटल बिहारी वाजपेयी को 'बाजपाई' कहा जाने लगा है।

'चेती चंड' जो सिन्धी-समाज का पर्व है की शुद्ध वर्तनी 'चैती चांद' (चैत का चांद) है लेकिन रोमन लिपि के कारण 'चेती चांद' से 'चेती चंड' हो गया।

---

1. उमेश गोस्वामी—'अनुवाद कला : कुछ विचार' पृष्ठ–177.

हिन्दी का अपना शब्द 'बंद' अनेक दिनों तक 'बंध' लिखा जाता रहा, क्योंकि 'पी. टी आई.' (अंग्रेजी समाचार समिति के समाचारों में इसकी वर्तनी (Bundh) होती थी। कुछ पत्रों में तथा कथित तस्कर का नाम 'सुकुर नारायण बखिया' और 'शुक्र नारायण बाखिया' दोनों ही प्रकाशित हुआ। छागला या चागला में किसे शुद्ध माना जाये ? आज समाचार-पत्रों में फर्नाण्डीस-फर्नाण्डीज, फर्लेण्डीज, डीगो गार्सिया-दिएगो गार्सिया, डिएगो गार्सिया, डीगो गरसिया, डियागो गार्शिया, किसिंजर-कीसींगर, कुर्ट-कुर्त, वाल्डेहिम-वाल्डहाइम, वाल्दहाइम, इथियोपिया-इथोपिया, यथोपिया, जोर्डन-यर्दन-युर्दान, मलेशिया-मलयेशिया, अमरीका-अमेरिका आदि अनेक रूप पाये जाते हैं।

संक्षिप्ति का अनुसरण समाचार-पत्रों के लिए एक अनिवार्यता है। कुछ नाम ऐसे हैं जो पत्रों में बार-बार स्थान पाते है, उन्हें संक्षिप्ति रूप से प्रकाशित किया जाता है। भारतीय पद्धति के अनुसार संक्षिप्त के लिए नाम का प्रारम्भिक भाग चुना जाता है, जबकि विदेशी पद्धति उपनाम के चयन की है। इस प्रकार समाचार-पत्र प्रमुख व्यक्तियों के नामों को कई रूपों में लिखते हैं—जैसे श्रीमती गाँधी, इन्दिरा जी, देवी इन्दिरा। जय प्रकाश, जय बाबू, जे. पी.। इस प्रकार के प्रयोगों पर कोई आपत्ति नही है, लेकिन कभी-कभी नाम का ऐसा अंश चुन लिया जाता है जो मूल नाम को भाषिक दृष्टि से अभिव्यक्त नही कर पाता है जैसे—'श्री जगजीवन राम' के लिए 'श्री राम' का प्रयोग। इसी प्रकार मीसा, मिसा और आंसुका के प्रयोग में भी भ्रान्ति है। एक ही पत्र मे तीनों शब्दों को देखा जा सकता है। समस्या यह है कि कही ग्रामीण पाठक मीसा और आंसुका को अलग-अलग कानून न समझ बैठे।

पत्रों की भाषा-कैसी हो ?

भारत में साक्षरता का प्रतिशत बहुत ही कम है इसलिए हिन्दी के दैनिक पत्रों से साहित्यिक भाषा की अपेक्षा करना उचित नही होती। हिन्दी का पत्रकार भाषा के प्रयोग के लिए साहित्यकार की तरह स्वच्छन्द व मुक्त नही है। साहित्य की भाषा गूढ, व्यंजना प्रधान और अनेक अर्थों वाली होगी है, लेकिन दैनिक-पत्रों मे अनेक अर्थों वाली भाषा का प्रयोग अच्छा नही माना जाता है। साहित्य के पाठक के पास समय अधिक होता है लेकिन समाचार-पत्र का पाठक व्यस्त-जीव होता है। इसलिए उसको साफ, सुलझी हुई, स्पष्ट और एक अर्थ वाली भाषा चाहिए। फीचर, समीक्षा, लेख, अग्रलेख आदि मे भले ही साहित्यिक शैली का प्रयोग हो सकता है लेकिन समाचार-लेखन में नही। इसलिए समाचार की भाषा साहित्य और बोल-चाल की भाषा के बीच की होनी चाहिए।

समाचारों की भाषा अनुमानों पर आधारित नही होनी चाहिए। भाषा निश्चयात्मक होनी चाहिए जिससे पाठक दुविधा मे न रहे। जब किसी समाचार के बारे में निश्चय पूर्वक नहीं कहा जा सके, तब समाचार-पत्रों के संवाददाता

कहा जाता है, बताया जाता है, विश्वस्त सूत्रों से पता चला है.............., समझा जाता है..........आदि वाक्यों से अपनी स्थिति स्पष्ट करनी चाहिए।

समाचारों में अपने विचार व्यक्त नहीं करने चाहिए। इसके लिए सम्पादकीय, समीक्षा या सामयिक टिप्पणियाँ आदि स्तम्भों का उपयोग किया जा सकता है। हाँ, समाचार के शीर्षक में, टाइप के आकार में या शीर्षक के साथ कुछ स्थान रिक्त छोड़कर आप सकेतात्मक रूप में अपना विचार व्यक्त कर सकते हैं। आज सामान्य पाठक भी शब्दों के प्रयोग के लिए समाचार-पत्रों की ओर देखता है। समाचार-पत्र शब्दावली की रचना करते हैं और उसे प्रचारित भी। 'भारतीयकरण', 'अन्तरात्मा की आवाज', मीसा, आयुक्त, आपातकाल, तानाशाही आदि शब्दों का प्रचार पत्रों ने ही किया है। इसी प्रकार घेराव, नक्सलवादी या नक्सली, दल बदलू, जमाव बंदी, संचार बंदी, तस्करी, जजों, कचहरी आदि शब्द समाचार-पत्रों द्वारा ही चलाये गये हैं।

कभी-कभी समाचार-पत्रों शब्दों के प्रारम्भिक अक्षरों को मिलाकर एक नई संज्ञा गढ़ लेते हैं—जैसे भाक्रान्द (भारतीय क्रांति दल), भालोद (भारतीय लोक दल), संविद (संयुक्त विधायक दल), भाकपा (भारतीय कम्युनिस्ट पार्टी), द्रमुक (द्रविड़ मुनेत्र कड़गम) आदि। कभी-कभी अपनी भाषा की कमियों को दूर करने के लिए अन्य भाषाओं के शब्दों का हिन्दीकरण कर लिया जाता है जैसे—सर्वेक्षण (सर्वे), अल्टिमेटम (अल्टिमेटम), किरासन (केरोसीन), लुत्तरा (स्विटन), कमान (कमांड), लालटेन (लैंटर्न), मार्कीट (मार्केट), डिपु (डिपो) आदि। क्रिकेट में 'लीड' के लिए बढ़त, एल. बी. डब्ल्यू के लिए 'पगबाधा' और 'क्लीन बोल्ड' के लिए 'डंडे बिखेर' शब्दों का प्रयोग हुआ है।

(2) शीर्षक

समाचारों में शीर्षक का विशेष महत्त्व होता है। यह समाचार का प्राण और उसके सार का विज्ञापन है। अच्छे से अच्छा समाचार भी नीरस शीर्षक से अपना महत्त्व खो देते हैं। इसलिए समाचार-पत्र पर अच्छा व सार्थक शीर्षक देना एक कला है।

शीर्षक के उद्देश्य

सामान्य रूप से शीर्षक के मुख्य तीन उद्देश्य हैं—

1. समाचार को विज्ञापित करना या उसे प्रकाश में लाना।
2. समाचार के महत्त्वपूर्ण अंश का सार प्रकट करना।
3. समाचार-पत्र के पृष्ठ को साज सज्जा की दृष्टि से सुन्दर व आकर्षक बनाना।

समाचार का सम्पादन करते समय समाचारों को ऐसे शीर्षक देने चाहिए कि वह समाचार को विज्ञापित कर सके। समाचार के महत्त्वपूर्ण सार को कम से कम शब्दो मे व्यक्त करना शीर्षक का दूसरा उद्देश्य है। अच्छा शीर्षक अपने आप में पूर्ण रहता है। वह समाचार के उद्देश्य को समझने मे सक्षम होता है।

समाचार-पत्र की साज-सज्जा मे शीर्षक का महत्त्वपूर्ण स्थान है। अतः समाचार-पत्र को प्रस्तुत करते समय पृष्ठ की साज-सज्जा का ध्यान रखना आवश्यक है। समाचार के महत्त्व के अनुसार समाचार के छोटे-बड़े शीर्षक और उनको उपयुक्त स्थान पर सजाने के कारण ही समाचार और पृष्ठ का रूप निखरता है तथा पत्र आकर्षक बनता है।

शीर्षक का गठन व आकार

समाचार के महत्त्व के अनुसार शीर्षकों का टाइप, आकार और स्वरूप बदलता रहता है। कम महत्त्व के समाचार छोटे टाइप में और महत्त्वपूर्ण समाचार मोटे टाइप में दिये जाते है। समाचार का महत्त्व ज्यो-ज्यों बढ़ता जाता है, शीर्षक का टाइप मोटा और कालम की संख्या एक से अधिक होती चली जाती है।

शीर्षको के साथ टाइप का चयन भी महत्त्वपूर्ण है। शीर्षक कितने पाइन्ट में हो, उसका फेस (स्वरूप) कैसा हो, शीर्षक के अक्षरो के मध्य अन्तराल (स्पेसिंग) कितनी हो, आदि बातो की जानकारी रखने वाला ही शीर्षक दे सकता है।

महत्त्वपूर्ण समाचार के शीर्षक एक से अधिक (डैकों) में दिये जाते है। एक से अधिक पंक्तियों के शीर्षक को 'डेक' कहते है।

शीर्षक की भाषा

अच्छा शीर्षक वही है जो बोलचाल की मुहावरेदार भाषा में हो—जिसे पाठक ऊँची आवाज में सुन सके। समाचार-पत्र बेचने वाले हॉकर उस शीर्षक को चिल्ला-चिल्लाकर ही बाजार में पत्र बेचते है। "अच्छा शीर्षक वह है जो सशक्त, बोल चाल की मुहावरेदार भाषा में लिखा गया हो। जो ऊँची आवाज में सहजता से पढ़ा जा सके।"

प्रमुख शीर्षक

समाचार-पत्रों में अनेकों प्रकार के शीर्षक दिये जाते हैं, इनमें क्रास लाइन (पूर्ण पंक्ति), डबल क्रास लाइन (दो पंक्ति का शीर्षक), इन्वर्टेड पिरामिड़ (विलोम स्तूपी), स्टेप लाइन (सोपानी), विलोम सोपानी, आयताकार, कटि शीर्षक, ब्लाक शीर्षक, बपाजी शीर्षक (मस्तक रेखा), हैंगिंग इन्डेशन (झूलता हुआ शीर्षक) आदि प्रमुख है। अत्यन्त महत्त्वपूर्ण समाचार के शीर्षक मोटे टाइप में (72 पाइंट में) दिये जाते है जिन्हें 'बैनर' (पताका) कहा जाता है। यह आठ कालम में दिया जाता

है। *'स्काई लाइन'* (*गगन रेखा*) शीर्षक सबसे मोटे टाइप में समाचार-पत्र के नाम पट्ट के ऊपर दिया जाता है। यह सबसे ऊपर होता है इसलिए इसको स्काई लाइन (Sky line) की संज्ञा दी जाती है।

पत्र की साज-सज्जा के लिए बाक्स और इनसेट का प्रयोग किया जाता है। बाक्स और इनसेट से पाठक का ध्यान समाचार की ओर आकर्षित किया जाता है। बाक्स बनाने के लिए चुटीले, हास्यास्पद, भीषण और अनोखे समाचारों का चयन किया जाता है। बाक्स के समाचार ऐसे हों जिनकी काया छोटी हो। लम्बे बाक्स न तो स्वयं में अच्छे लगते हैं और न पृष्ठ को सुन्दर बनाते हैं।

लीड की समस्या

समाचार प्रस्तुतीकरण में लीड की समस्या अपना विशेष महत्त्व रखती है। 'लीड' शब्द उस अति महत्त्वपूर्ण समाचार के लिए प्रयुक्त होता है जिसे समाचार-पत्र में अन्य समाचारों से विशिष्ट महत्त्व होता है। 'प्रथम लीड' वह समाचार कहलाती है जो समाचार-पत्र के मुख पृष्ठ पर बाईं ओर सबसे मोटे शीर्षक में दिया जाता है। 'द्वितीय लीड' उस समाचार को कहते हैं जो प्रथम लीड की तुलना में कुछ कम महत्त्व का होता है। इसे पृष्ठ के दाईं ओर दिया जाता है। 'तृतीय लीड' उस समाचार को कहते हैं जो समाचार-पत्र के मध्य में प्रायः किसी चित्र के नीचे दिया जाता है। लीड शब्द अमेरिका में आमुख (इन्ट्रो) के लिए भी प्रयुक्त होता है।

'प्रथम लीड' का समाचार पत्र में बाईं ओर ही क्यों दिया जाता है? इस बारे में कहा जा सकता है कि मनुष्य की दृष्टि प्रायः बाईं ओर से दाईं ओर चलती है, इसलिए पहिले बाईं ओर नजर पड़ती है। प्रथम लीड का समाचार पृष्ठ के बाईं ओर ही दिया जाये, यह अनिवार्य नहीं है। चूंकि हमारे यहाँ पत्रकारिता इंग्लैण्ड से आई है और इंग्लैण्ड में भी प्रथम लीड का समाचार बाईं ओर देने की परम्परा है। अमरीका में इसका उल्टा है। वहाँ प्रथम लीड का समाचार-पत्र के मुख पृष्ठ के दाईं ओर दिया जाता है।

जब कोई अति महत्त्वपूर्ण समाचार न हो, तो मुख्य उपसम्पादक अपनी रुचि और विवेक के अनुसार किसी समाचार को अधिक उभारते हैं और किसी को कम। इसलिए विभिन्न समाचार-पत्रों की लीडें प्रायः एक दूसरे से अलग होती हैं। कभी-कभी पत्र की नीति और सम्पादकीय दृष्टिकोण से भी यह अन्तर पड़ जाता है।

लीड का चयन करते समय मुख्य उपसम्पादक चार तथ्यों को ध्यान में रखता है—

1. समाचार की मौलिकता।
2. समाचार का व्यापक प्रभाव।

नवभारत टाइम्स

अमरीका के राष्ट्रपति श्री केनेडी की टेक्सास में हत्या

खुली कारमें जाते हुए सरमें गोलियां लगीं

उपराष्ट्रपति जानसनने शासनभार संभाला

स्थल व वायुसेनाके पांच उच्च अफसरोंकी मृत्यु

पुंछके समीप हेलीकॉप्टर दुर्घटना : देशभरमें शोक

शोक विह्वल संसदके दोनों सदनों की बैठक स्थगित

संदर्भ पृष्ठ 87 और 139 पर

3. समाचार का राजनीतिक महत्व।
4. समाचार में परिवर्तन की पराकाष्ठा।

ये चारों तथ्य देश और विदेश के समाचारों में मिल सकते है। यदि दोनों में टकराव हो तो प्राथमिकता अपने देश के समाचार को देनी चाहिए, फिर पड़ोसी देश को और फिर दूरस्थ देशों को। मान लीजिए कि अमेरिका के किसी शहर में तूफान से 50 व्यक्ति मर गये और कई करोड़ों की क्षति हो गई। जिस दिन यह समाचार आया, उसी दिन यह समाचार भी आया कि बम्बई में तूफान आने से 25 व्यक्ति मारे गये और लाखों की हानि हुई। तूफान और उससे होने वाली क्षति का जहाँ तक सम्बन्ध है, उसमें दोनों समाचारों में समानता है। मरने वालों की संख्या अमेरिका के नगर की अधिक है और बम्बई में उससे आधी। लेकिन किसी भी भारतीय समाचार-पत्र मे प्रमुखता पाने वाला समाचार 'बम्बई का तूफान' ही होगा।

समाचार का समाचारत्व (न्यूज वैल्यू) देखते समय उसके राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीयपन देखकर ही उसका मूल्याकन नही करना चाहिए। उस समाचार के राष्ट्र और विश्वव्यापी प्रभाव को भी देखना चाहिए। 22 नवम्बर, 1963 की एक घटना इस सदर्भ में ली जा सकती है। दिल्ली से प्रकाशित 'नवभारत टाइम्स' मे रात की पाली मे भारतीय स्थल और वायु सेना के पाँच अधिकारियो की हेलीकोप्टर दुर्घटना में मृत्यु का समाचार प्रथम लीड में दिया जा चुका था। अधिकारियों के चित्र और उनकी शव यात्रा के ब्लाक भी दिये जा चुके थे। इससे अधिक महत्त्व का कोई समाचार नही था। प्रथम पृष्ठ पूरा होने जा रहा था कि अमरीका के राष्ट्रपति श्री कैनेडी की हत्या का समाचार मिला। सम्पादकीय विभाग के सदस्य श्री दीवानसिंह मेहता और श्री हरीश अग्रवाल असमंजस में पड़ गये। दोनों ही ही दुर्घटनाएँ अपने आप मे महत्वपूर्ण थी। उन्होने बड़ी सूझबूझ से काम किया। प्रथम लीड कैनेडी-हत्याकांड को और द्वितीय लीड अफसरों की मृत्यु को बनाया। उनका तर्क था कि यदि कैनेडी-कांड को द्वितीय लीड बनाया जाता है तो वह समाचार दब जाता है क्योंकि वायुयान दुर्घटना के दो ब्लाक थे—

एक पाँच कालमा और दूसरा तिकालमा। उनकी सूझबूझ के बाद जो पृष्ठ बना उसमें दोनों ही दुर्घटनाएँ ऐसी उभरी कि एक दूसरे का महत्व कम नही कर सकी। सभी ने उस पृष्ठ के गठन और समाचारो के चुनाव की प्रशंसा की।[1]

एक अन्य उदाहरण के रूप में 10 जनवरी, 1966 की घटना ली जा सकती है। दिल्ली के एक समाचार-पत्र के सम्पादकीय विभाग के सदस्य रात की पाली समाप्त कर अपने घरों को लौट चुके थे। कम्पोज और प्रति संशोधन विभाग के सदस्य वहीं थे। अगले दिन के समाचार-पत्र का प्रथम पृष्ठ तैयार हो चुका था। समाचार

1. विस्तृत जानकारी के लिए देखे—'समाचार सम्पादन' पृष्ठ 8

टेलीप्रिन्टर पर ताशकन्द से समाचार आया कि श्री लाल बहादुर शास्त्री का निधन हो गया है। यह एक वज्रपात था। तकनीकी विभाग के सदस्यों ने समाचार के महत्त्व को समझा और शीघ्र शास्त्री जी के निधन का समाचार और उनका ब्लाक लगा दिया। अगले दिन उस समाचार-पत्र की सराहना हुई। यह उदाहरण परस्पर एक टीम-भावना का परिचायक है।

किसी समाचार की घटनाओं में होने वाले परिवर्तन और परिवर्धन होने से समाचार का सम्पादन का कठिन हो जाता है। उदाहरणार्थ भारतीय जनसंघ के अध्यक्ष श्री दीनदयाल उपाध्याय की मृत्यु का समाचार रविवार 11 फरवरी, 1968 को प्रातः प्राप्त हुआ। समाचार में पहले सूचना मिली कि श्री उपाध्याय की दुर्घटना में मृत्यु हुई। फिर पता चला कि रेल में हत्या की गई। आगे चलकर अनेक अफवाहें सामने आईं। इस प्रकार के समाचारमें कभी इन्ट्रो बदलना पड़ा और कभी प्रेस-मैटर में कुछ जोड़ना पड़ा। शीर्षक भी बदलने पड़े।

प्रधान मन्त्री श्रीमती इंदिरा गाधी की हत्या 31 अक्तूबर, 1984 को प्रातः उन्हीं के निवास स्थान पर उन्हीं के एक सुरक्षा-प्रहरी ने गोली मारकर कर दी। सबसे पहले समाचार मिला कि उन पर गोली चलाई गई और बाद में अचेतावस्था में अखिल भारतीय आयुर्विज्ञान संस्थान, नई दिल्ली में ले जाया गया। प्रातः काल से सायं काल तक श्रीमती गाधी के सदर्भ में विभिन्न प्रकार के समाचार मिलते रहे। अनेक पत्रों ने अपने विशेष संस्करण निकाले। कुछ पत्रों ने तो दो-तीन संस्करण प्रकाशित किये। इन सभी संस्करणों में समाचार अलग-अलग थे। उन्हें इस अवसर पर कभी इन्ट्रो बदलने पड़े और प्रेस-मैटर में अन्य सामग्री जोड़नी पड़ी। प्रायः शीर्षक भी बदलने पड़े।

यदि ऐसे समाचार में समाचार का स्वरूप या उसका समाचारत्व ही बदल गया हो तो पहले जा रहे समाचार को काट देना चाहिए। उसका नये रूप में सम्पादन करना ही अच्छा होता है। कुछ समाचार तो ऐसे होते हैं जिनका इन्ट्रो बदल देने से काम चल जाता है। कुछ समाचारों में नई सूचनाओं के अनुसार फेर-बदल करना आवश्यक हो जाता है।

यदि शीर्ष का चयन करने में या किसी समाचार का महत्त्व आंकने में भूल-चूक भी हो जाये तो आगामी संस्करण में उसे सुधार लेना चाहिए।

निधन समाचार

निधन के समाचारों के दोनों ओर अथवा चारों ओर काली रूल देने की परम्परा है। इस सम्बन्ध में कोई निश्चित नियम नहीं है। आज भी अनेक समाचार पत्र इस परिपाटी का पालन नहीं करते। श्री जवाहरलाल नेहरू के देहांत पर अनेक समाचार-पत्रों ने काली रूलों का प्रयोग नहीं किया जबकि गोरखनाथ सिंह के देहान्त

पर महाराष्ट्र के ही नहीं बंगाल के समाचार-पत्रों ने काली रूल लगाकर राष्ट्रीय शोक का प्रदर्शन किया था।

निधन का समाचार देते समय उस व्यक्ति का जीवन-परिचय अवश्य देना चाहिए। ऐसा करने से समाचार में पूर्णता आ जाती है। यदि जीवन-परिचय न मिल सके तो सदर्भ ग्रंथों और पुरानी कतरन फाइलों को देखना चाहिए जिससे उसके बारे में जानकारी प्राप्त हो सके।

समाचार का गठन

समाचार के गठन का भी नियम है। यह ऐसा नियम है जिसे पाठक के मनोविज्ञान के आधार पर बनाया गया है। पाठक के मन को छह प्रश्नों के उत्तर मिलने मे संतुष्टि होती है। इसे 'छः' ककार, की संज्ञा दी गई है। छः ककार है—क्या, कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे ?

सन् 1880 से पूर्व समाचार लेखन की कोई वैज्ञानिक पद्धति नही थी। संवाददाता दैनिक घटनाओं को काल क्रमानुसार रखकर लिखते थे। धीरे-धीरे समाचार-पत्रो का प्रसार होता गया। समाचार-पत्र मे स्थान का महत्व बढ़ा और मूल्य का भी। अतः समाचारों को व्यवस्थित रूप से प्रस्तुत किया जाने लगा। सर्वप्रथम एडयार्ड किपलीग ने पत्रकारिता के इन विशिष्ट तथ्यो पाँच डब्ल्यू और एक एच (What, where, when, who, why, how) का उल्लेख किया। इन्हें हिन्दी मे 'छह ककार' कहते है। ये छह तथ्य आज न केवल समाचार संकलन जगत के बल्कि पत्रकारिता-जगत् के आधार स्तम्भ हैं—

1. क्या हुआ, अर्थात् क्या घटना हुई ?
2. कहां हुआ, अर्थात् किस स्थान पर घटना हुई ?
3. कब हुआ, अर्थात् किस समय घटना घटी ?
4. किसने घटना घटित की, अर्थात् किसके साथ क्या घटना घटित हुई ?
5. क्या घटना घटित हुई, अर्थात् घटना का क्या कारण था ?
6. कैसे घटना घटित हुई ?

उदाहरण के लिए एक समाचार देखिये—

छत गिरने से सोलह मरे

उज्जैन, 8 दिसम्बर (यून्यू)। यहाँ से लगभग 15 कि. मी. दूर बडगांव में कल रात एक मकान की छत गिर जाने से 16 जने मर गये और लगभग 40 जने घायल हो गये।

> सोलह में से 13 जने कल ही मर गये जबकि शेष आज अस्पताल मे मरे।
>
> यह दुर्घटना उस समय हुई जब लोग ताजिये देख रहे थे। छत पर एक सौ से भी अधिक लोग जमा थे।

इस समाचार में 'छः ककारों का उत्तर मिल जायेगा—

1. क्या ?…………छत गिरने से हुई दुर्घटना।

2. कहाँ ?…………उज्जैन से लगभग 75 किलोमीटर दूर बड़गाँव में।

3. कब ?…………7 दिसम्बर की रात को।

4. कौन ?…………16 व्यक्ति मरे और 40 घायल।

5. क्यों ?…………ताजिये देखने से।

6. कैसे ? ………छत पर एक सौ से भी अधिक लोग खड़े थे।

पाठक इन ककारों के इसी क्रम से उत्तर चाहता है। सबसे पहले 'क्या' और सबसे बाद में उसे 'कैसे' का उत्तर चाहिए। वैसे यह देखा जाता है कि 'क्या' का उत्तर देने के बाद समाचार में अन्य प्रश्नों के क्रम में उलट फेर भी हो जाता है। सामान्य नियम यही है कि अति महत्वपूर्ण तथ्य को या परिणाम को सबसे पहले देना चाहिए और उससे कम महत्व के अंश को सबसे पीछे।

समाचार पत्रों में समाचार विलोम स्तूपी (इन्वर्टेड पिरामिड) आकार में लिखा जाता है। पत्रकार जब समाचार-पत्र के लिए समाचार लिखता है या उप सम्पादक जब समाचार का सम्पादन करता है तो वह समाचार का महत्वपूर्ण अंश प्रथम अनुच्छेद के कुछ वाक्यों (इन्ट्रो) में देता है। तत्पश्चात् समाचार का विस्तृत वर्णन किया जाता है। अंत में समाचार के अन्य विवरण प्रस्तुत किये जाते हैं।

3. पृष्ठ की साज सज्जा

साज-सज्जा का पत्रकारिता में वही स्थान है जो भवन निर्माण में वास्तु-कला का है। लेकिन सुन्दर नक्शे से ही सुन्दर मकान नहीं बनता, उसी प्रकार केवल साज-सज्जा के बल पर ही समाचार-पत्र नहीं चलाया जा सकता। असली महत्व है समाचार और विचार का। समाचार-पत्रों के महत्वपूर्ण और असाधारण समाचारों

दैनिक नवज्योति

देश की अखण्डता के लिये इंदिरा जी शहीद

शोक की लहर

एक हमलावर मारा गया, दूसरा अस्पताल में



सारह दिन का राजकीय शोक

संकट की घड़ी में शांति बनाये रखने की अपील

राजीव गांधी को प्रधानमंत्री बनाया

इंदिराजी शहीद हो गयीं

इंदिरा, जीवन यात्रा

> सोलह में से 13 जने कल ही मर गये जबकि शेष आज अस्पताल में मरे।
>
> यह दुर्घटना उस समय हुई जब लोग ताजिये देख रहे थे। छत पर एक सौ से भी अधिक लोग जमा थे।

इस समाचार में 'छः ककारों का उत्तर मिल जायेगा—

1. क्या ?............छत गिरने से हुई दुर्घटना।

2. कहाँ ?............उज्जैन से लगभग 75 किलोमीटर दूर बड़गाँव में।

3. कब ?............7 दिसम्बर की रात को।

4. कौन ?............16 व्यक्ति मरे और 40 घायल।

5. क्यों ?............ताजिये देखने से।

6. कैसे ? ....छत पर एक सौ से भी अधिक लोग खड़े थे।

पाठक इन ककारों के इसी क्रम से उत्तर चाहता है। सबसे पहले 'क्या' और सबके बाद में उसे 'कैसे' का उत्तर चाहिए। वैसे यह देखा जाता है कि 'क्या' का उत्तर देने के बाद समाचार में अन्य प्रश्नों के क्रम में उलट फेर भी हो जाता है। सामान्य नियम यही है कि अति महत्वपूर्ण तथ्य को या परिणाम को सबसे पहले देना चाहिए और सबसे कम महत्व के अंश को सबसे पीछे।

समाचार पत्रों में समाचार विलोम स्तूपी (इन्वर्टेड पिरामिड) आकार में लिखा जाता है। पत्रकार जब समाचार-पत्र के लिए समाचार लिखता है या उप सम्पादक जब समाचार का सम्पादन करता है तो वह समाचार का महत्वपूर्ण अंश प्रथम अनुच्छेद के कुछ वाक्यों (इन्ट्रो) में देता है। तत्पश्चात् समाचार का विस्तृत वर्णन दिया जाता है। अंत में समाचार के अन्य विवरण प्रस्तुत किये जाते हैं।

3. पृष्ठ की साज सज्जा

साज-सज्जा का पत्रकारिता में वही स्थान है जो भवन निर्माण में वास्तु-कला का है। लेकिन सुन्दर नक्शे से ही सुन्दर मकान नहीं बनता, उसी प्रकार केवल साज-सज्जा के बल पर ही समाचार-पत्र नहीं चलाया जा सकता। असली महत्व है समाचार और विचार का। समाचार-पत्रों में महत्वपूर्ण और असाधारण समाचारों

दैनिक नवज्योति

देश की अखण्डता के लिये इंदिरा जी शहीद

शोक की लहर

एक हमलावर मारा गया, दूसरा अस्पताल में

बारह दिन का राजकीय शोक

संकट की घड़ी में शांति बनाये रखने की अपील

राजीव गांधी को प्रधानमंत्री बनाया

इंदिराजी शहीद हो ग

इंदिरा : जीवन क्रम

को एक ही स्थान पर किस तरह दिया जाये कि वे पाठकों के मन, बुद्धि और नेत्रों तीनों को तृप्त कर सके, इसी में समाचार-पत्र की सफलता है और यह कार्य पत्र की साज-सज्जा के बिना प्रभावशाली रूप से नहीं किया जा सकता। अमेरिका के प्रसिद्ध साहित्यकार मार्क ट्वेन के शब्दों में—"समाचार-पत्र का पहला कर्त्तव्य है कि वह सुन्दर दीखे, दूसरा यह कि सच बोले।" सुप्रसिद्ध पत्रकार स्व. श्री एस. सदानंद समाचार-पत्र के अच्छे मुद्रण पर अधिक बल दिया करते थे। वे कहा करते थे—"यदि समाचार-पत्र को एक सुन्दर दुल्हन मान लिया जाये तो मुद्रण को उस दुल्हन का परिधान माना जा सकता है।"

समाचार पत्र की साज-सज्जा पर विचार करने से पूर्व यह जानना आवश्यक है कि साज-सज्जा क्या है ? साज-सज्जा के लिए सामान्यतः तीन शब्दों का प्रयोग किया जाता है—

1. डिजाइन (Design) 2. मेकअप (Makeup)
3. ले आउट (Lay Out)

1. डिजाइन (Design)—'डिजाइन' शब्द का अर्थ है सम्पूर्ण आकृति अथवा संरचना। समाचार पत्र में कितने पृष्ठ होंगे, किस पृष्ठ पर कौन सी सामग्री दी जायेगी, पत्र की नाम-पट्टिका (Name plate) किस आकार-प्रकार की होगी, शीर्षकों और कलेवर के लिए कौन से टाइप का उपयोग होगा, समाचारों के शेषांश (टर्न) दूसरे पृष्ठ पर जायेंगे अथवा उन्हें उसी पृष्ठ पर दिया जायेगा, प्रथम पृष्ठ पर विज्ञापन दिये जायेंगे या नहीं आदि सभी प्रश्न समाचार-पत्र की डिजाइन के अन्तर्गत आते हैं। डिजाइन ही समाचार पत्र के व्यक्तित्व का निर्माण करते हैं।

2. मेकअप (Makeup)—मेकअप का अर्थ है पृष्ठ निर्माण, जो समाचार-पत्र की समग्र-संरचना अथवा डिजाइन के अन्तर्गत प्रतिदिन किया जाता है। जब समाचार पत्र के पृष्ठ पर जाने वाले सभी समाचार, लेख, ब्लाक, कार्टून व विज्ञापन आदि तैयार हो जाते हैं तब उन्हें पृष्ठ पर एक साथ जमाया जाता है तथा इस प्रक्रिया को ही 'मेकअप' की संज्ञा दी जाती है। श्री ब्रूस वेस्टले के शब्दों में—Makeup is largely a matter of placement of headlines and art.

3. ले आउट (Lay Out)—ले आउट का अर्थ है प्रारूप अथवा आकलपन। 'ले आउट' वह प्रारूप होता है जिसके अनुसार पृष्ठ का निर्माण होता है। प्रायः सम्पादकीय विभाग एक डमी बनाकर कम्पोजिंग विभाग को देता है जिसके अनुसार पृष्ठ का निर्माण किया जाता है। पत्र का नाम, समाचार, लेख, कार्टून, विज्ञापन व ब्लाक आदि किस स्थान पर देने हैं, शीर्षकों के टाइप कैसे होंगे, समाचार की प्रथम व द्वितीय लीड कौन सी होगी तथा किस प्रकार से उन्हें प्रस्तुत किया जायेगा ये सब डमी में अंकित होती है।

अन्य कलाओं की तरह साज-सज्जा भी कला है। समय के अनुसार जैसे अन्य कलाओं के दृष्टिकोण में परिवर्तन आया है वैसे ही पत्रों की साज-सज्जा सम्बन्धी दृष्टिकोण में भी परिवर्तन आया है। पहले यह माना जाता था कि अपने लिखे हुए शीर्षक में यदि एक भी अक्षर और आ सकने की गुंजाइश है तो समझ लीजिए कि शीर्षक 'गलत' है या दो कालमी शीर्षक वाले समाचार के नीचे दो कालमी शीर्षक नहीं देना चाहिए। शीर्षक में या कहीं जरा भी खाली जगह (White space) छोड़ना स्थान का अपव्यय है। पुरानी पत्रकारिता में समाचार-पत्र में प्रतिदिन बड़े-बड़े शीर्षक देना अच्छा नहीं समझा जाता था। पहले समाचारों को लम्बाई में कालम पूरे भरे बिना दूसरे कालम में ले जाना अच्छा नहीं समझा जाता था। वर्तमान में समाचारों को लम्बाई के बजाय चौड़ाई में फैलाने की परम्परा है। पहले ऐसी मान्यता थी कि किसी व्यक्ति का चित्र एक कालम में लिया जा सकता है, तो उसका दो कालम या चार कालम का ब्लाक क्यों बनाया जाये ?

पहले समाचार-पत्रों में अधिक चित्र या ब्लाक देना भी हल्कापन समझा जाता था। आजकल पत्रों के लिए चित्र या ब्लाक अनिवार्य बन गये हैं। बिना चित्रों और कार्टूनों के समाचार-पत्रों की कल्पना नहीं की जा सकती। पहले एक ही पृष्ठ पर अधिक से अधिक समाचार को लेना अच्छा समझा जाता था और जो मुख्य उप सम्पादक जितने अधिक से अधिक समाचार प्रथम पृष्ठ पर ले लेता था, वह उतना ही कुशल पारखी माना जाता था आज ऐसा नहीं है। आज का मुख्य उप सम्पादक इस बात को अच्छी तरह जानता है कि एक सन्तुलित पृष्ठ पर पाठक के लिए दस पच्चीस समाचार नहीं चाहिए हैं बजाय इसके कि बीस समाचार इस तरह दिए जायें कि पाठक के लिए वे बोझ बन जाये।

साज-सज्जा के मूलभूत सिद्धांत

साज-सज्जा की मुख्य दो बातें हैं—

1. एक तो यह कि जिन समाचारों को उभारना है उन्हें किस तरह उभारा जाये।

3. समाचार-पत्र के पृष्ठ का गठन इस तरह हो कि वह सन्तुलित लगे।

पत्र के गठन का अर्थ है पृष्ठ का वजन एक सा हो। पृष्ठ के ऊपर का भाग जितना वजनदार हो, नीचे का भाग भी उतना वजनदार हो। कहीं ऐसा न हो कि पत्र सन्तुलन के अभाव में पोस्टर बन जाये। साज-सज्जा का प्रत्यक्ष सम्बन्ध आँख से है। इस बात का ध्यान रखा जाये कि पाठक की आँखों पर अनावश्यक दबाव न पड़े। पत्र की सामग्री बाद में पढ़ने पर पता चलती है, लेकिन पढ़ने से पहले पाठक की आँख को पकड़ने और खींचने का माध्यम केवल साज-सज्जा ही पैदा करती है।

पत्र की साज-सज्जा छितरी-बिखरी न हो और रोज-रोज एक शैली न हो। एक ही प्रकार की अच्छी साज-सज्जा भी यदि नित्य दुहराई जायेगी तो उसका रस

ही समाप्त हो जायेगा। साज-सज्जा में परिवर्तन करने से पाठक का आकर्षण बना रहता है। प्रति दिन तीन या चार कालम की लीड, डबल कालम की दूसरी लीड और चित्र या ब्लाक के नीचे स्टीमर (तीसरी लीड) अब यह साज-सज्जा पुरानी हो गई है। कुछ ऐसा करिये कि प्रतिदिन पृष्ठ नया लगे। खूबी इसमें है कि पाठक कल्पना भी नहीं कर सके कि कल का पत्र कैसा होगा।

पृष्ठ की साज-सज्जा का एक ही ढांचा रखने में आसानी होती है। वह आसानी यह है कि देर से आने वाले महत्त्वपूर्ण समाचार को सफलता से लगाया जा सकता है। उसमें मुख्य उप सम्पादक व मेकअप मैन का पेज बनवाते समय परेशानी भी नहीं होती है और न कोई मेहनत करनी पड़ती, क्योंकि दोनों ही इस बात के अभ्यस्त हो जाते है। पर यह पाठकों के साथ एक प्रकार का अन्याय है।

सज्जा के पीछे महत्त्वपूर्ण समाचारों की उपेक्षा न कीजिए। यदि आकर्षक और मोटे शीर्षकों तथा चित्रों, कार्टूनों, विज्ञापनों से आपने पूरे पृष्ठ को खूब सजा दिया और उसमें समाचारों की न्यूनता रही, तो आज का पाठक इतना जागरुक है कि वह आपके समाचार-पत्र के स्थान पर विज्ञापन-पत्र कहना प्रारम्भ कर देगा। इसलिए जहां तक हो सके अनावश्यक साज-सज्जा से बचिये।

साज-सज्जा का उद्देश्य है—समाचार पत्र को सुन्दर और आकर्षक बनाना। इसके साथ यह भी है कि समाचार-पत्र में स्थान की बचत हो और सम्पादकीय तथा कम्पोजिंग विभाग में समय की बचत हो। हिन्दी-पत्रों के पास सीमित साधन है। वे हिन्दी-पत्र जो अंग्रेजी के बड़े पत्रों के साथ जुड़े हुए है, उनके पास साधनों का उतना अभाव नहीं है। फिर भी अभी ऐसे साधनों का अभाव है कि कुछ ही मिनटों में इच्छित आकार का ब्लाक बनवा लिया जाये। ब्लाक बनवाने में घंटों लगते है। अनेक बार ब्लाक के आकार को देखते हुए शीर्षक का टाइप व उसके कालम का आकार रखना पड़ता है—जिससे आपने जिस प्रकार की साज-सज्जा की रूप रेखा अपने मस्तिष्क में बना रखी है, वह पूरी नहीं हो पाती है। कभी-कभी विज्ञापन-विभाग के आदेशानुसार अंतिम समय में कोई विज्ञापन निकाल दिया जाता है, या कोई विज्ञापन डाल दिया जाता है, उससे 'डमी' बिगड़ जाती है। कभी-कभी ऐसा भी होता है कि ऐन वक्त पर सेंसर की ओर से आदेश आ गया कि यह समाचार नहीं जायेगा। आप उस समाचार को पृष्ठ में लगा चुके थे। पृष्ठ की साज-सज्जा खराब हो गई। फिर कभी पेज बनवाते समय कोई महत्त्वपूर्ण समाचार आ जाता है जिसमें पृष्ठ का मेकअप गड़बड़ा जाता है। ऐसे समय में अच्छे से अच्छे मुख्य उप सम्पादक के होश-हवास उड़ जाते है और उसकी पूर्व योजित 'डमी' मिट्टी में मिल जाती है। पर एक कुशल और अच्छे मुख्य उप सम्पादक के धैर्य और कार्यकुशलता की ही ऐसे अवसर पर परीक्षा होती है। लेकिन ये बातें पत्रकारिता के व्यवसाय के अंग बन चुकी हैं।

हमारे यहाँ पृष्ठ-सज्जा की जिम्मेदारी बड़े समाचार-पत्रों में समाचार-सम्पादक और छोटे पत्रों में मुख्य उप सम्पादक पर होती है, जबकि विदेश के पत्रों में पृष्ठ साज-सज्जा की जिम्मेदारी मेकअप सम्पादक (*Make up Editor*) पर होती है। बड़े पत्रों में समाचार सम्पादक और छोटे पत्रों में मुख्य उप सम्पादक समाचारों का चयन करता है। वह उप सम्पादकों द्वारा अनुदित एवं सम्पादित समाचार उनकी भाषा तथा शीर्षक देखता है, ठीक करता है और उससे यह भी अपेक्षा की जाती है कि वह साज-सज्जा की ओर भी ध्यान दे। इसलिए अधिकांश छोटे समाचार-पत्रों में पृष्ठ साज-सज्जा भगवान भरोसे छोड़ दी जाती है। परिणाम यह भी होता है कि प्रायः सारा जोर प्रथम पृष्ठ पर पड़ता है शेष पृष्ठ कमजोर रह जाते हैं।

डमी बनाइये

समाचारों के सुव्यवस्थित प्रस्तुतीकरण के लिए डमी बहुत ही आवश्यक है। जब अधिकांश महत्वपूर्ण हैं और अपेक्षाकृत कम समाचार आ जायें तब डमी बनाइए। डमी बनाते समय इस बात का ध्यान रखें कि कौन से महत्वपूर्ण समाचार आ चुके हैं और कौन से आने वाले हैं। चित्र कितने कालम का है, विज्ञापन कितने कालम का है, पत्र की नीति के अनुसार कौन से समाचार प्रथम पृष्ठ पर लेने हैं और कौन से छोड़ने हैं या कोई विशेष संवाददाता कोई विशेष समाचार तो लाने वाला नहीं है या डेस्क-संवाददाता, कार्यालय संवाददाता, नगर संवाददाता समाचार तो नहीं दे रहे हैं—इन सब बातों की जानकारी रखकर डमी बनाइए। डमी बनाते समय मुख्य उप सम्पादक के मस्तिष्क में यह बात साफ होनी चाहिए कि छपने के बाद समाचार-पत्र कैसा लगेगा? पाठक पहले क्या पढ़ेगा? उसे सबसे अधिक आकर्षित कौन सा समाचार या कौन सा शीर्षक करेगा? किस समाचार को पढ़कर पाठक की क्या प्रतिक्रिया होगी?

पेज बनवाने से पूर्व

मुख्य उप सम्पादक के पास समाचारों का 'नेरो' (गैली प्रूफ) होना चाहिए। कितने कालम का शीर्षक उसे चाहिए—जैसे दुकालमे शीर्षक के तीन समाचार, तिकालमे शीर्षक का एक समाचार, चार या पांच कालम शीर्षक का एक समाचार, एक-दो कालम का इनसेट-इसी के हिसाब से समाचार के 'नेरो' पर निशान लगाते जाना चाहिए। गैली प्रूफ पास रहने से आप छोटे समाचार में कुछ जोड़ना चाहें, तो जोड़ सकते हैं और बड़े समाचार में से कुछ काटना चाहें तो काट सकते हैं। शीर्षक भी आकर्षक बदलने पर सकते हैं—शब्दों की दृष्टि से भी और टाइप की दृष्टि से भी। अगर अधिक बड़ा बन गया तो उसे काटकर छोटा करना पड़ेगा।

पेज बनवाने से पूर्व आपको अनेक छोटी-बड़ी समस्याओं का सामना करना

होगा। समय कम होता है, तुरन्त निर्णय करना होता है। कुछ बातें कई दिन पहले सोची जा सकती है, पर कई बातें केवल कुछ मिनट पहले या उसी क्षण सोचनी पड़ती हैं। चांद पर मानव के उतरने पर क्या शीर्षक होगा और समाचार को किस प्रकार प्रस्तुत किया जायेगा, इसकी तैयारी विश्व के अधिकांश समाचार-पत्रों ने कई दिन पहले ही कर ली थी। इसी प्रकार किसी बड़े नेता के मरणासन्न होने पर उसका ब्लाक तथा जीवन-परिचय पहले से ही तैयार कर लिया जाता है। फिर भी समाचार-पत्र तो समाचार-पत्र है। पता नहीं कब क्या समाचार आ जाये—इन सब बातों के लिए तैयार रहना चाहिए।

पृष्ठ बनवाते समय यह ध्यान रहे कि पृष्ठ में संतुलन हो। पृष्ठ के ऊपर जितना वजन हो, नीचे भी लगभग उतना वजन हो। पृष्ठ के नीचे चार या पाँच कालम की एक लटकन (लगर) डाल दी जाये तो अच्छा रहता है। कभी-कभी नीचे, दायें या बायें या पृष्ठ के बीच में चित्र (ब्लाक) देना भी पृष्ठ संतुलित में सहायक होता है। लेकिन इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि समाचार पत्र की तह करने में चित्र (ब्लाक) उस तह में नहीं आना चाहिए, नहीं तो सुन्दर से सुन्दर चित्र भी खराब हो जायेगा। किसी अत्यन्त महत्त्वपूर्ण विषय पर यदि सम्पादक कुछ कहना आवश्यक समझे तो सम्पादकीय प्रथम पृष्ठ पर दिया जा सकता है। कोई महत्त्वपूर्ण लेख, सम्पादकीय अन्दर के पृष्ठों में हो तो उसका उल्लेख भी प्रथम पृष्ठ पर बाक्स देकर करना चाहिए।

समाचार-पत्र में रिक्त स्थान(White space) छोड़ने का उतना ही महत्त्व है जितना पृष्ठ को काला करने का। सच तो यह है कि सफेदी आँखों को राहत देती है, समाचार या चित्र को उभार कर उसे मुखर बनाती है। रिक्त स्थान या सफेद जगह (White space) छोड़े बिना कोई भी साज-सज्जा अधूरी है।

फोरमेन व मेकअप मेन से सहयोग

मुख्य उप सम्पादक को डमी बनाने के बाद अपने सहयोगी उप सम्पादकों के साथ परामर्श कर लेना चाहिए, जिससे समाचार बनाते समय उपयुक्त स्थानों के लिए समाचार तैयार करते चलें। प्रेस के फोरमेन से भी बात कर लेनी चाहिए कि कौन से समाचारों का कम्पोज होना पहले आवश्यक है, जिससे पृष्ठ बनवाते समय प्रतीक्षा न करनी पड़े। पृष्ठ बनाने वाले मेकअप मेन को अपनी डमी दिखा दीजिए और उसकी रूप रेखा समझा दीजिए। यदि वह डमी में कुछ परिवर्तन का सुझाव दे, तो परिवर्तन करने में कुछ संकोच मत करिए क्योंकि तकनीकी पहलुओं की जानकारी उसे आपसे अधिक है। वह अपने विषय का विशेषज्ञ है।

मुख्य उप सम्पादक को प्रेस में 'स्टोन' पर पृष्ठ मेकअप कराते समय समाचारों की स्थिति के कारण परिवर्तन करने पड़ सकते हैं। इन परिवर्तनों के सुझाव

कभी मेकअप मैन देता है और कभी स्वयं उसे कुछ नया विचार सूझ जाता है। मेक-अप कराते समय गैली प्रूफ उसके हाथों में रहनी चाहिए जिससे उसे बड़े समाचारों को छोटा करने तथा शीर्षक के टाइप व कालम में परिवर्तन करने में आसानी हो।

अन्तिम पृष्ठ

प्रथम पृष्ठ के बाद अन्तिम पृष्ठ महत्वपूर्ण होता है अतः सज्जा की दृष्टि से इस पृष्ठ की ओर अधिक ध्यान दिया जाता है। यह पृष्ठ भी रात की पारी में बनता है। अतः रात के मुख्य उप सम्पादक को इस पृष्ठ की ओर पूरा ध्यान देना चाहिए।

प्रथम पृष्ठ में समाचार का शेषांश (टूट) न बचे तो अच्छा है, यदि बचे तो उसे अन्तिम पृष्ठ पर लेना चाहिए। अन्तिम पृष्ठ पर भी तीन चार डबल कालम के मोटे टाइप वाले समाचार होने चाहिए और कोई चित्र भी होना चाहिए। अन्तिम पृष्ठ को अनाथ मत रहने दीजिए। यदि कोई महत्वपूर्ण समाचार प्रथम पृष्ठ पर नहीं जा सका तो बाक्स में समाचार का सार देकर पाठक को पूरा समाचार अन्तिम पृष्ठ पर देखने को कहिये।

सम्पादकीय पृष्ठ

प्रथम और अन्तिम पृष्ठ के बाद नम्बर आता है सम्पादकीय पृष्ठ का, क्योंकि यहाँ तो एक सम्पादकीय लेख है, दूसरा है सम्पादक के नाम पाठकों के पत्र, तीसरा है विचारोत्तेजक लेख जो बहुत ही महत्वपूर्ण है। भारत के समाचार-पत्रों में सम्पादकीय पृष्ठ प्रायः बड़ा नीरस होता है। इस पृष्ठ को नीरसता से बचाने के लिये लेख से सम्बन्धित चित्र और पाठकों के पत्रों के साथ कार्टून या चित्र (पाठकों के नहीं, पत्र से सम्बन्धित) दिये जा सकते हैं। स्तम्भों के शीर्षक में ब्लाक बनाकर देने से भी इस पृष्ठ की सज्जा सुधारी जा सकती है। इस पृष्ठ पर विज्ञापन देने की परम्परा नहीं है। इसका कारण है कि इससे सम्पादकीय पृष्ठ की गरिमा कम हो जाती है।

वाणिज्य पृष्ठ

वाणिज्य-पृष्ठ पत्र का सबसे नीरस और बोझिल पृष्ठ माना जाता है। वाणिज्य समाचार की दृष्टि से पाठकों को यह पृष्ठ भले ही बेकार लगे, लेकिन देश की अर्थ-व्यवस्था से सीधा सम्बन्ध होने के कारण इसका अपना महत्व है। आकर्षक शीर्षकों और चित्रों से भी इस पृष्ठ को सुसज्जित किया जा सकता है और सजाया तथा सवारा जा सकता है। केवल आवश्यकता इस बात की है कि इसकी ओर जागरूक दृष्टि रहे।

स्थानीय समाचार (तीसरा पृष्ठ)

समाचार-पत्र का तीसरा पृष्ठ प्रायः स्थानीय समाचारों के लिए रहता है। जिस स्थान से समाचार-पत्र प्रकाशित होता है, वहाँ के स्थानीय समाचार इस पृष्ठ

पर दिए जाते हैं। स्थानीय समाचार की सफलता का कारण यह है कि लोग अपने नगर तथा आस-पास के समाचारों को पूरी तरह जानने के इच्छुक रहते है। स्थानीय समाचारों के महत्त्व का उल्लेख करते हुए श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने कहा है—"किसी भी पत्र को चलाने के लिए स्थानीय समाचार और उनको लाने वाले संवाददाता पत्र की सुदृढ़ टांगों के सदृश हैं। उसके बिना समाचार-पत्र पंगु है।"[1] इस पृष्ठ पर स्थानीय महत्त्व के तथा समस्याग्रस्त क्षेत्रों के चित्रादि देकर इसकी सज्जा की ओर पर्याप्त ध्यान दिया जा सकता है।

प्रादेशिक समाचार (छठा पृष्ठ)

प्रायः छठे पृष्ठ पर डाक से आये प्रादेशिक समाचार रहते हैं। कुछ पत्र छठे पृष्ठ पर समाचार देते है। खेल समाचार इस पृष्ठ पर आ जाने की अवस्था में अंतिम पृष्ठ समाचारों के लिये रह जाता है। इसी प्रकार पांचवां पृष्ठ भी समाचारों से भरा रहता है। इन सभी पृष्ठों पर चित्रो आदि की सहायता से सज्जा की ओर पूरा ध्यान दिया जाना जरूरी है। पत्र का कोई भी पृष्ठ ऐसा नही होना चाहिए कि उसे प्रेस के मेकअप मैन के भरोसे पर छोड़ दिया जाये और वह जैसा जहाँ जमा दे, ठीक है। समाचार पत्र मे सब चलता है का दृष्टिकोण नही अपनाना चाहिए। समाचार यदि पत्र की आत्मा है तो साज-सज्जा उसका शरीर। सभी जानते हैं कि पहली दृष्टि में शरीर ही दिखता है, आत्मा तो बाद मे समझी जाती है। इसलिए भले ही साज-सज्जा समूची पत्रकारिता न हो किन्तु उसका बहुत ही महत्त्वपूर्ण अंग है। साज-सज्जा समाचार-पत्र का मात्र अलंकरण ही नहीं प्रभावशाली संप्रेषण का सशक्त और महत्त्वपूर्ण माध्यम है।

चित्र का चयन

समाचार-पत्रों को सजाने-सवारने मे चित्रों की बहुत महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। कभी-कभी चित्र इतना कुछ कह जाते हैं कि हजारों शब्द उतना नही कह पाते। पूर्वी बंगाल के जब लाखों शरणार्थी पाकिस्तानी अत्याचारों से पीड़ित होकर भारत मे चले आये थे, तब गोद में अपने बच्चे को लिए एक शरणार्थी महिला के चित्र ने विश्व में शरणार्थियों के प्रति जितनी सहानुभूति की भावना पैदा की थी, वह सैकड़ों लेख और पत्र के सम्पादकों के सम्पादकीय-लेख नही कर सके। सत्य तो यह है कि "हिन्दी-पत्रों मे जहां शब्दों का प्रभाव घट रहा है वही दृश्य (चित्रो) का प्रभाव बढ़ रहा है।"

दैनिक-पत्रों की अपेक्षा साप्ताहिक-पत्रों में चित्र का महत्त्व अधिक होता है लेकिन वे सब किसी समाचार, लेख, फीचर आदि को आकर्षक, रोचक और मुखर

1. "समाचार-सम्पादन", पृष्ठ 203.

बनाने में सहायक होते हैं। एक अच्छे चित्र का उचित और उपयुक्त प्रयोग निश्चित रूप से समाचार-पत्र को रोचकता प्रदान करता है, उसकी बिक्री बढ़ाने में सहायक होता है और उसे प्रतिष्ठा प्रदान करता है।

चित्रों का चयन सम्पादक, समाचार सम्पादक या मुख्य उप सम्पादक ही करते हैं। समाचार बनाते समय ही प्रायः यह निर्णय करना होता है कि उस समाचार के साथ कोई चित्र जा सकता है अथवा नहीं। दैनिक पत्रों में चित्र प्रथम पृष्ठ पर लीड के साथ दिया जाता है। यह जरूरी नहीं है कि प्रथम लीड के साथ ही चित्र दिया जाये, द्वितीय या तृतीय लीड के साथ भी चित्र दिया जा सकता है। किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का भाषण यदि उसके चित्र के साथ छपता है तो समाचार में जान आ जाती है और साथ ही पृष्ठ सुन्दर लगता है। यदि वह चित्र उस भाषण मे व्यक्त की गई भावना के अनुकूल हो तो समाचार और भी सार्थक हो उठता है। समाचार पत्र के लिए चित्र का चयन करते समय दो तथ्यों को ध्यान में रखना चाहिए—

1. वह चित्र अच्छा समाचार है अथवा नहीं ?

2. वह चित्र मुद्रण के योग्य है अथवा नहीं ?

एक अच्छे समाचार के समान ही एक अच्छा चित्र वही है जो पाठकों का ध्यान अपनी ओर आकर्षित कर सके। किसी भी दुर्घटना के साथ यदि उसका चित्र दिया जाये तो पाठक की जिज्ञासा शांत होती है और साथ ही समाचार विश्वसनीय बनता है। समाचार-चित्र में गतिशीलता (एक्शन पिक्चर) को पर्याप्त महत्व दिया जाना चाहिए। याद रखिए चित्र में गति हो तो ठीक है, न हो तो उसमे जान डालिये। जान न डाली जा सके तो उसे रद्दी की टोकरी मे डाल दीजिए। भद्दी तस्वीर छापने की अपेक्षा न छापना वही अच्छा है।

चित्रों का चयन करते समय केवल राजनीतिज्ञों या राजनीति पर ही ध्यान मत दीजिए, मानवीय पहलू पर भी ध्यान दीजिए। जीवन राजनीति से कहीं अधिक बड़ा और श्रेष्ठ है। राजनीति तो उसका एक छोटा सा अंश है। पशु, पक्षी, बच्चे, औरतें, वृद्ध, सामाजिक और ग्रामीण समस्यायें, विभिन्न विषयों के चित्र राजनीतिज्ञों के चित्रों से अधिक लोक प्रिय हो सकते हैं।

समाचार-पत्रों में राजनीति का प्रभाव हमेशा रहा है और रहेगा। हम उसका बहिष्कार या तीरस्कार नही कर सकते। प्रश्न यह है कि राजनीतिक समाचारो को किस सीमा तक स्थान दिया जाये ? सत्य को यह है कि वही दीजिए जिसमें समाचारत्व हो और वे प्रमाणिक हों।

चित्रों का चयन करते समय आपको अपने अखबारी कागज, ब्लाक बनाने की कला, चित्रों का सम्पादन अथवा क्रापिंग तथा मुद्रण सम्बन्धी बातो की भी जानकारी होनी चाहिए। मूल चित्र यदि रेखा चित्र है जैसे नक्शा, कार्टून अथवा किसी व्यक्ति का रेखा चित्र आदि तो वह सफेद कागज पर काली स्याही से स्पष्ट

बना हुआ होना चाहिए। यदि वह छाया चित्र है तो उसका चमकदार अथवा ग्लासी कागज पर बना हुआ होना जरूरी है। किसी खुरदरे कागज या मैट पेपर पर बना हुआ छाया चित्र ब्लाक के लिए ठीक नहीं है। धुंधले छाया-चित्र ब्लाक के लिए उपयोगी नहीं होते है। छाया-चित्र स्पष्ट और 'कंस्ट्रास्ट' युक्त होना चाहिए जिसमें चित्र का प्रत्येक भाग स्पष्ट हो।

अखबारी- कागजों पर लाइनो ब्लाक अच्छा छपता है, समाचार-पत्र जल्दी में, तेज गति से और बड़ी संख्या में छपता है, इसलिए चित्र जितना चमकीला और भड़कीला होगा, उतना ही अधिक उभरेगा। चित्रों के पीछे उसके आकार, स्क्रीन आदि के सम्बन्ध में जो निर्देश दिये जायें, वे हल्की पैंसिल से और हल्के हाथ से लिखने चाहिए अन्यथा उसकी छाप चित्र पर सामने की ओर आ सकती है।

चित्र का सम्पादन अथवा क्रापिंग

सम्पादक या मुख्य उपसम्पादक प्रायः चित्र का चयन करके उसके पीछे डबल कालम अथवा चार कालम लिखकर प्रोसेस-विभाग में भेजकर अपने कार्य की इतिश्री मान लेते हैं। वस्तुतः समाचार के सम्पादन के समान ही चित्र का सम्पादन या क्रापिंग भी किया जाना जरूरी है। चित्र का ब्लाक बनाने देते समय यह देखा जाना चाहिए कि उस चित्र का सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण अंग पूरी तरह उभर कर सामने आ रहा है या नहीं ? उसमें कोई अनावश्यक भाग तो नहीं है।

चित्र वर्गाकार नहीं होना चाहिए। यदि वह वर्गाकार हो तो ऊपर और नीचे से कुछ अनावश्यक भाग काटकर उसे लम्बाई में अधिक और चौड़ाई में कम कर दिया जाना चाहिए। सामान्य रूप से चित्र का ब्लाक अधिक से अधिक डेढ़ गुणा बड़ा ही अच्छा बनता है। इससे अधिक बड़ा बनाने पर वह बेजान हो जाता है।

उपरोक्त बातों को ध्यान में रखकर समाचारों का प्रस्तुतीकरण प्रभावशाली ढंग से किया जा सकता है। इससे समाचार-पत्र के प्रति पाठकों की रुचि पैदा होगी और उनकी जिज्ञासा शांत होगी साथ ही समाचार-पत्र की लोकप्रियता व उनकी बिक्री भी बढ़ेगी।

6
शीर्षक

"मानव शरीर में जो शीर्ष का महत्त्व है वही समाचार मे शीर्षक का। शीर्षक समाचार का प्राण और उसके सार का विज्ञापन है। समाचारों के शीर्षक से यह बोध हो सकता है कि समाचार-पत्र की विचारधारा, नीति और परम्परा किस प्रकार है। शीर्षक समाचार-पत्र की मनोभावना का स्पष्ट प्रतिबिम्ब है।"[1] कोई भी समाचार या लेख बिना शीर्षक के प्रकाशित नही होते। सबसे अधिक वही समाचार-पत्र बिकते है जिनके शीर्षक सार्थक, पैने, सक्षिप्त और जीवन्त होते है। वास्तव मे शीर्षक ही बिकते हैं समाचार-पत्र नही। व्यस्तता के इस जीवन मे पूरे समाचार पढने का कष्ट कौन करे। समाचार-पत्र के मुख्य पृष्ठ पर उड़ती सी नजर डाली, मोटी-मोटी सुर्खियां देखी और उनमे जान लगी तो समाचार-पत्र खरीद लिया नही तो छोड़ दिया। इसका यह भी आशय नही है कि चटपटे शीर्षको से ही समाचार-पत्र चलाया जा सकता है, लेकिन इस तथ्य से भी इन्कार नही किया जा सकता है कि अच्छे से अच्छा समाचार भी नीरस शीर्षक से अपना महत्त्व खो देते हैं। इसलिए समाचार-पत्र पर अच्छा व सार्थक शीर्षक देना एक कला है।

स्व. इन्द्र विद्यावाचस्पति ने भी शीर्षक-कला को एक हुनर माना है। उन्ही के शब्दो में—"सम्पादकीय विचारो के प्रकट करने का एक उपाय शीर्षक है। शीर्षक का प्रारम्भ तो केवल लेख का विषय सूचित करने के लिए ही हुआ था, परन्तु धीरे-धीरे वे पाठकों का ध्यान आकृष्ट करने, रुचि बढ़ाने और सम्मति द्वारा परोक्ष रूप से लोकमत को प्रभावित करने के काम मे आने लगे है। अब तो शीर्षक बनाना स्वय एक अलग हुनर बन गया है।"

लीडर के यशस्वी सम्पादक श्री सी. वाई. चिंतामणि कहा करते थे—"हैडिंग इज ए हैडक" (शीर्षक लगाना सिर दर्द है)। सच तो यह है कि सुन्दर और उपयुक्त शीर्षक सोचने में बड़ी माथा-पच्ची करनी पड़ती है। सोचे-समझे बिना उचित शीर्षक बनता भी नही।

शीर्षक की उपमा महिला के 'स्कर्ट' से दी जाती है, जिसमे आवरण और अनावरण दोनो का संतुलन रहता है। शीर्षक भी ऐसा होना चाहिए कि इसमे समाचार का पहलू भावता सा दिखे और कुछ पहलू गोपनीयता को सुरक्षित रखें,

1. श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी—समाचार सम्पादन, पृष्ठ 107.

हाँ पाठक में इतनी उत्सुकता अवश्य पैदा कर दे कि वह सम्पूर्ण समाचार को पढ़ने के लिए तैयार हो जाए। उत्सुकता-पूर्वक समाचार के पढ़े जाने मे ही समाचार लेखन और शीर्षक लगाने की सार्थकता है। यदि किसी समाचार के शीर्षक से पाठक आगे समाचार पढ़ने को लालायित न हो, तो वह शीर्षक जैसे दिया, वैसे न दिया बराबर है।

डॉ. ब्रज भूषण सिंह 'आदर्श' ने शीर्षक को पाठक का पथ-पदर्शक माना है—"शीर्षक विश्वसनीय पथ-प्रदर्शक के समान होता है। वह व्यस्तता से घिरे पाठक को समय का अपव्यय करने से बचाता है और उसके मनोनुकूल विषय की जानकारी देता है। अधूरे या प्रश्नवाचक शीर्षक अपनी अपूर्णता के कारण अच्छे नही माने जाते। कल्पना प्रधान शीर्षक भी सामान्य पाठक के लिए दुरुह हो सकते है। कम से कम शब्दो मे अधिक से अधिक स्पष्ट जानकारी देना एक अच्छे शीर्षक का गुण है।"[1] एक पत्रकार के शब्दों में—"शीर्षक समाचार का दर्पण है।"

रोलैण्ड ई. वूल्सले ने शीर्षक को 'शो विण्डो' माना है। उन्ही के शब्दों में, "अखबार के लिए शीर्षक पक्तियाँ शीशा लगी उन खिड़कियों का काम देती हैं जिनके भीतर सजाकर रखा हुआ बिक्री का माल देखकर दर्शक का मन ललचा जाता है और उसे खरीदने को उत्सुक हो उठता है।"[2] ऐसा ही मत है वेस्टली का है—

"Head lines have been callcd the display windows of the News paper But they are more than that. They are also a major source of information for hasty Newspaper readers."[3]

शीर्षक के उद्देश्य

सामान्य रूप से शीर्षक के मुख्य तीन उद्देश्य है—

1. समाचार को विज्ञापित करना या उसे प्रकाश में लाना।
2. समाचार के महत्त्वपूर्ण अंश का सार प्रकट करना।
3. समाचार-पत्र के पृष्ठ को सजा-सज्जा की दृष्टि से सुन्दर व आकर्षक बनाना।

रोलैण्ड ई. वूल्सले ने शीर्षक के लक्ष्य की विवेचना करते हुए कहा है—"यह बात सभी स्वीकार करते हैं कि सफल एवं पूर्ण शीर्षक का लक्ष्य होता है कथानक की महत्त्वपूर्ण बातों का निचोड़ देना, समाचार-पत्र के रूप को अधिक आकर्षक बनाना तथा उसमें प्रकाशित पाठ्य सामग्री का विज्ञापन करना।"[4]

---

1. रूपक लेखन, पृष्ठ 18.
2. भारतीय पत्रकार कला, पृष्ठ 118.
3. News Edeting, p. 113.
4. भारतीय पत्रकार कला, पृष्ठ 117.

वेस्टली ने अच्छे शीर्षक की निम्न चार विशेषताएँ बताई है—[1]

1. शीर्षक एकदम स्पष्ट हो तथा अर्थपूर्ण हो।
2. शीर्षक उपयुक्त और जानदार शब्दों मे लिखा जाये।
3. शीर्षक समाचार के प्रमुख तथ्यों पर आधारित हो।
4. शीर्षक समाचार का अच्छे से अच्छा सारांश दे।

समाचार का सम्पादन करते समय समाचारों के ऐसे शीर्षक देने चाहिए कि वह समाचार को स्थापित कर सके। शीर्षक ही पाठक को समाचार की ओर खीचते है। प्राणवान शीर्षक समाचार मे जान डाल देता है और निर्जीव शीर्षक अच्छे से अच्छे समाचार की हत्या कर देता है।

समाचार के महत्त्वपूर्ण सार को कम से कम शब्दों में स्पष्ट करना शीर्षक का दूसरा उद्देश्य है। अच्छा शीर्षक अपने आप में पूर्ण रहता है। वह समाचार के उद्देश्य को समझाने मे सक्षम होता है। समाचार मे दिये गए तथ्यों की संक्षेप अभिव्यक्ति ही शीर्षक का उद्देश्य होना चाहिए। कम से कम शब्दों मे अधिक से अधिक जानकारी देना एक अच्छे शीर्षक का गुण है। शीर्षक की सार्थकता समाचार की आत्मा और उद्देश्य की अभिव्यक्ति में है।

शीपक मे समाचार का महत्त्वपूर्ण अंश अवश्य आना चाहिए। महत्त्वपूर्ण अंश को पढ़कर ही पाठक यह निर्णय कर लेता है कि समाचार पूरा पढ़ना आवश्यक है या नही। अनेक पाठक पत्रों के शीर्षक को पढ़कर अपनी जिज्ञासा शात कर लेते है। यदि समाचार पाठक अपनी रुचि के अनुकूल हुआ या उसे महत्त्वपूर्ण लगे तब ही वह पूरे समाचार को पढने मे अपना समय लगाता है। अतः समाचार का महत्त्वपूर्ण अंश शीर्षक में अवश्य आ जाना चाहिए।

समाचार-पत्र की साज-सज्जा में शीर्षक का महत्त्वपूर्ण स्थान है अतः समाचार-पत्र को प्रस्तुत करते समय पृष्ठ की साज-सज्जा का ध्यान रखना आवश्यक है। समाचार के महत्त्व के अनुसार समाचार के छोटे-बड़े शीर्षक और उनको उपयुक्त स्थान पर सजाने के कारण ही समाचार और पृष्ठ का रूप निखरता है और पत्र आकर्षक बनता है।

इसके अतिरिक्त समाचार-पत्र की नीति और स्वरूप भी अप्रत्यक्ष रूप मे शीर्षकों मे प्रतिबिम्बित होती है। शीर्षक के टाइप का चयन ही एक दृष्टि मे पत्र की नीति और उसके स्वरूप को स्पष्ट कर देता है। इसलिए शीर्षक के टाइप व उसके आकार के सम्बन्ध में प्रत्येक पत्र की एक विशेष रुचि होती है और यही कारण है कि वह किसी विशेष टाइप का ही अपने शीर्षकों मे प्रयोग करता है।

---

1. News Editing, P. 4

कहानी शीर्षक की

आज के समाचार पत्रों में शीर्षकों के टाइप और आकार-प्रकार में जो विविधता दिखाई पड़ती है वह समाचार-पत्रों के निरन्तर विकास की कहानी है। सन् 1702 मे प्रकाशित "डेली कोरांट" समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर बड़े-बड़े शीर्षक थे ही नहीं। दैनिक पत्रों के प्रकाशन से पूर्व जो पर्चे (लीफ-लेट) निकलते थे, उनमें बड़े-बड़े टाइप में सनसनीदार शीर्षक रहते थे। सन् 1613 में ऐसे ही एक पर्चे का शीर्षक आज के 'बैनर' की तरह था। प्रारम्भ में समाचार-पत्रों में शीर्षक एक कालम के रहते थे। प्रायः यह शीर्षक समाचारों के लिए प्रयुक्त टाइप के ही 'आल कैप्स' टाइप से बनते थे। दो कालम या इससे अधिक लंबे शीर्षक देने का काम बाद मे प्रारम्भ हुआ। राबर्ट ई. गार्स्ट और थ्योडर बर्नस्टीन के मतानुसार सन् 178। में आधुनिक ढंग का प्रथम शीर्षक एक अतिरिक्त पर्चे पर दिया गया था। लंदन के 'टाइम्स' ने 1789 मे कई पंक्तियों के शीर्षक प्रथम बार दिये थे। फरवरी, 1823 के 'सडे टाइम्स' के प्रथम संस्करण में आधुनिक ढग के शीर्षक दिये गये थे।

शीर्षक की साज-सज्जा की ओर सबसे पहले ध्यान अमेरिका के पत्रकारों ने दिया। अमरीकी गृह युद्ध के समय वहां के पत्रों ने सबसे पहले अधिक खोज समाचारों के लिए बड़े टाइप का प्रयोग किया तथा अधिक पंक्तियों का उपयोग कर के समाचार के महत्वपूर्ण अंश प्रस्तुत किए। इस प्रकार एक पंक्ति शीर्षकों का प्रयोग प्रारम्भ हुआ। उस समय तक पत्रों की साज-सज्जा ऊपर से नीचे की ओर अथवा ऊंचाई में (Vertical) होती थी। शीर्षक की चौड़ाई बढ़ने के साथ ही पत्रों की साज-सज्जा बाई और दाहिनी ओर अथवा चौड़ाई मे (Horizontal) होने लगी।

पत्रकारों ने अनुभव किया कि केवल पत्र का टाइप बड़ा कर देने से या शीर्षक की पंक्तियां बढा देने से काम नही चल सकता। उस समय के समाचार-पत्रों में कहीं-कहीं तो शीर्षक में इतनी अधिक पंक्तियां होती थी कि वे आधा कालम घेर लेती थी 'न्यूयार्क टाइम्स' ने अमरीकी गृहयुद्ध के समय अटलांटा के पतन का समाचार का शीर्षक 12 डैकों में दिया था और दिसम्बर, 1851 मे फ्रांस की क्रांति का समाचार चार डैकों में। इसी समय शीर्षकों में एक नया प्रयोग भी हुआ जिसे अंग्रेजी में 'हैंगिंग इंडेंशन (Hanging Indention) कहते हैं। इस शीर्षक में प्रथम पंक्ति तो पूरे कालम की चौड़ाई में फैली रहती है लेकिन उसके बाद की पंक्तियों मे दोनों ओर खाली स्थान छुटा हुआ रहता है और वे क्रमशः छोटी होती जाती हैं।

सन् 1880 मे एक और प्रकार के शीर्षक का जन्म हुआ जिसे अंग्रेजी में 'ड्राप लाइन' अथवा 'स्टेप हैडलाइन' (Drop line or Stepped) कहा जाता है। इसे सीढ़ीदार शीर्षक भी कह सकते हैं क्योंकि इसमें शीर्षक के एक ही खंड की एक से अधिक पंक्तियों को इस प्रकार दिया जाता है कि वे सीढ़ीयों के समान दिखने लगती है। आठ कालमों में 'बैनर' (Banner) देने की परम्परा 'न्यूयार्क जर्नल' और

'न्यूयार्क वर्ल्ड' के प्रचार युद्ध में आरम्भ हुई। लदन के 'डेली एक्सप्रेस' और 'डेली क्रानिकल' ने सन् 190० में बैनर दिया। उस समय बैनर लाइनों के टाइप छोटे आकार के होते थे। मोटे टाइप में आठ कालम बैनर देने की परम्परा तो और भी बाद में आई। दो कालम, तीन कालम आदि की चौड़ाई वाले शीर्षकों का प्रयोग भी इसी समय आरम्भ हुआ।

युद्ध समाप्त हो जाने के बाद कुछ समय के लिए स्थिति पूर्ववत हो गई और पत्रों की साज-सज्जा पहले जैसी अनाकर्षक व सीधी-साधी होने लगी। लेकिन इसके बाद ही प्रथम विश्व युद्ध आरम्भ हुआ और पुनः समाचार-पत्रों में बड़े टाइप के शीर्षकों का प्रयोग होने लगा। प्रथम बार साज-सज्जा और समाचार-पत्र की बिक्री व प्रचार-प्रसार के मध्य सीधे संबन्ध को पहचाना गया। यह अनुभव किया गया कि वे ही समाचार-पत्र अधिक बिकते हैं और पाठकों में लोकप्रिय होते हैं जिनके शीर्षक तड़क-भड़क वाले हों। अतः समाचार पत्रों को अधिक से अधिक भड़कीला बनाया जाने लगा और धीरे-धीरे पाठक भी इस प्रकार के पत्रों को पढ़ने के आदी हो गये इसलिए प्रथम विश्व युद्ध की समाप्ति के बाद भी पत्रों के शीर्षकों का आकार-प्रकार वही बना रहा।

प्रथम विश्व युद्ध और द्वितीय विश्व युद्ध के मध्य शीर्षकों के आकार में अंतर आया। सत्य तो यह है कि इन दोनों विश्व युद्ध की अवधि के मध्य समाचार पत्रों को अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ा। अखबारी कागज की कमी के कारण शीर्षकों का सिकुड़ना भी अनिवार्य हो गया। ऐसी स्थिति में अनेक नये शीर्षकों का जन्म हुआ जिसमें 'फ्लश' (Flush) शीर्षक भी एक था। 'फ्लश' शीर्षक के लिखने में समय कम लगता था और देखने में भी सुन्दर लगता था।

अंग्रेजी समाचार-पत्रों के शीर्षकों में इस समय एक महत्वपूर्ण व क्रांतिकारी परिवर्तन आया। अब तक शीर्षकों में 'आल कैप्स' टाइप का प्रयोग किया जाता था। लेकिन-यह अनुभव किया गया कि 'आल कैप्स' टाइप शीर्षकों को पढ़ने में पाठकों को कठिनाई होती है तथा उसकी अपेक्षा 'केप्स और लोअर केप्स' टाइप में बना शीर्षक पढ़ने में आसान व देखने में सुन्दर होता है। इसी आधार पर शीर्षकों में 'आल केप्स' टाइप का प्रयोग प्रायः समाप्त हो गया और उसके स्थान 'केप्स और लोअर केप्स' टाइप में बनी शीर्ष लाइन प्रचलित हो गई जो आज तक चली आ रही है।

शीर्षकों के प्रकार

शीर्षकों का विशेष वर्गीकरण करना सम्भव नहीं है। सामान्यतः पत्रकारों ने अपनी सुविधा के लिए शीर्षकों के दो प्रकार माने हैं—(1) तथ्यात्मक शीर्षक, (2) भावनात्मक शीर्षक।

1. तथ्यात्मक शीर्षक—तथ्यात्मक शीर्षक उसे कहा जाता है जिसमें समाचार के तथ्यों को दृष्टिगत रखते हुए शीर्षक दिया जाता है। इसमें इस बात का ध्यान रखा जाता है कि समाचार की आत्मा और मूल भावना से इधर-उधर न हटा जाये। इसमें अपनी ओर से कुछ नहीं कहा जाता है।

2. भावनात्मक शीर्षक—समाचार के घटना चक्र और विचारों का दोहन व निष्कर्ष निकालकर जहाँ शीर्षक दिया जाता है उसे भावनात्मक शीर्षक कहते हैं। इसमें मुख्य उप सम्पादक या शीर्षक लेखक अपने विचारों को शीर्षक के माध्यम से व्यक्त करता है। भावनात्मक शीर्षक देते समय उसे समाचार-पत्र की नीति, समाचार का गठन और समाचार की गति का विशेष ध्यान देना पड़ता है।

भावानात्मक शीर्षक के तीन रूप हो सकते हैं—

(1) तटस्थ, (2) विरोधी, और

(3) प्रचारात्मक।

एक छोटा सा समाचार देकर तथ्यात्मक और भावनात्मक शीर्षक को स्पष्ट किया जा रहा है—

लुधियाना, 14 मार्च (हिस)। मनुष्य का जीवन कितना सस्ता हो गया है। इसका उदाहरण गत रात यहाँ लिंक रोड पर स्थित ज्ञानसिंह रोड वाले मार्केट में देखने को मिला। जब केवल पचास पैसे के लिए एक युवक को अपने प्राणों से हाथ धोने पड़े। उक्त सवारी ने रिक्सा चालक की पीठ पर छुरा घोंप दिया, फलस्वरूप रिक्शाचालक ने थोड़ी देर बाद ही दम तोड़ दिया। हत्यारा रात के अँधेरे में भाग जाने में सफल हो गया।

जानकारी के अनुसार 24 वर्षीय रिक्शाचालक सुलखन सिंह ने एक सवारी से दो रुपये मांगे लेकिन सवारी उसको केवल डेढ रुपया देना चाहती थी। इस पर दोनों में टकराव हो गया। उक्त मृतक स्थानीय अब्दुल्लापुरी का रहने वाला था। पुलिस ने मामला दर्ज कर कथित हत्यारे की खोज आरम्भ कर दी।

इस समाचार के तथ्यात्मक शीर्षक का स्वरूप इस प्रकार हो सकता है—

1. रिक्शा चालक की पीठ पर छुरा घोंपा
2. रिक्शा चालक की हत्या

भावनात्मक शीर्षक इस प्रकार होंगे—

1. मनुष्य का जीवन कितना सस्ता ?
2. पचास पैसे के लिए प्राण गये
3. पचास पैसे के विवाद पर एक युवक की जान गई

शीर्षक का गठन व आकार

समाचार के महत्व के अनुसार शीर्षकों का टाइप, आकार और स्वरूप बदलता रहता है। कम महत्व के समाचार छोटे टाइप में और महत्वपूर्ण समाचार मोटे टाइप में दिए जाते हैं। अन्य शब्दों में कहा जा सकता है कि समाचार का महत्व ज्यों-ज्यों बढ़ता जाता है, शीर्षक का टाइप मोटा और कालम की संख्या एक से अधिक होती जाती है।

समाचार के महत्व के साथ-साथ टाइप ही मोटा नहीं होता, बरन उसके साथ एक से अधिक 'डैकों' मे शीर्षक दिये जाते हैं। एक से अधिक पंक्तियों के शीर्षक को डैक कहते है। आकार की दृष्टि से शीर्षक एक या उससे अधिक डैक का हो सकता है। अर्थात् वह एक कालम, दो कालम, तीन कालम या उससे भी बड़ा हो सकता है। उसे लिखने के ढंग भी कई हो सकते हैं, जब समाचार अत्यन्त महत्वपूर्ण हो।

शीर्षकों के साथ टाइप का चयन भी महत्वपूर्ण है। शीर्षक कितने पाइंट में हो, उसकी मुखाकृति का स्वरूप (फेस) कैसा हो और शीर्षक के अक्षरों और मध्य अन्तराल (स्पेसिंग) कैसा हो, आदि तथ्यों को जानने वाला ही बढ़िया शीर्षक दे सकता है।

पाइंटों का ज्ञान और गणना

दैनिक पत्र में आठ कालम होते हैं। प्रत्येक कालम 12 एम (लगभग दो इंच) का होता है। हिन्दी में 8 पाइंट से लेकर 144 पाइंट तक के टाइप उपलब्ध है, परन्तु सामान्यतः समाचार 10 या 12 पाइंट तक के ही टाइप में जाते हैं। आमुख (इन्ट्रो) 16, 18 या 20 पाइंट तक के टाइप में देने की परम्परा है, इससे अधिक पाइंट के टाइप केवल शीर्षकों मे प्रयुक्त होते हैं। 72 या 144 पाइंट का टाइप केवल अत्यन्त महत्वपूर्ण समाचारों या बैनर, स्काई लाइन में ही दिये जाते है। जैसे-जैसे पाइंटो की संख्या बढ़ती जाती है–अर्थात् टाइप मोटा होता जाता है, वैसे-वैसे एक कालम में आने वाले अक्षरों की संख्या घटती जाती है। पाइंटो की सख्या कम होने पर अक्षरों की संख्या बढ़ जायेगी।

समाचार प्रस्तुतीकरण के लिये टाइप व उसके पाइंट का ज्ञान बहुत आवश्यक है। एक कुशल मुख्य उप सम्पादक या उप सम्पादक वही है जिसे इस बात की जानकारी हो कि एक कालम में विभिन्न पाइंट में कितने अक्षर आते हैं। उप मुख्य सम्पादक शीर्षक देते समय अग्र तालिका को ध्यान में रखता है—

र	144 पाइण्ट	एक कालम में 1 अक्षर
र	72 पाइण्ट (या सिक्स लाइन)	एक कालम में 3 अक्षर
र	48 पाइण्ट (या फोर लाइन)	एक कालम में 4 अक्षर
र	36 पाइण्ट (या थ्री लाइन)	एक कालम में 6 अक्षर
र	24 पाइण्ट (या टू लाइन)	एक कालम में 9 अक्षर
र	20 पाइण्ट	एक कालम में 10 अक्षर
र	16 पाइण्ट (या ग्रेट)	एक कालम में 11 अक्षर
र	14 पाइण्ट	एक कालम में 12 अक्षर
र	12 पाइण्ट	एक कालम में 17 अक्षर
र.	10 पाइण्ट	एक कालम में 18 अक्षर

जितने कालम का शीर्षक देना हो और जितने पाइंट के टाइप में देना हो, उसी के हिसाब से अक्षरों की गिनती करके शीर्षक दिया जाता है। स्मरण रहे कि टाइप लचीले नहीं होते हैं—खींचकर या दबाकर उनका आकार बढ़ाया या घटाया नहीं जा सकता और पत्र के कालम की चौड़ाई पहले से ही निश्चित होती है, इसलिए शीर्षक-पंक्तियाँ खूब सोच-समझकर लिखनी पड़ती है जिससे वे उतनी जगह में आ जायें जो उनके लिए निश्चित हो।

वेस्टली ने अच्छे शीर्षक की दो कसौटियाँ बताई हैं

1. (Tell the Story) शीर्षक 'समाचार' को व्यक्त करने वाला होना चाहिए।

2. (Fit the Space) शीर्षक निर्धारित स्थान में ठीक बैठना चाहिए।[1]

जहाँ तक शीर्षक 'समाचार' को व्यक्त करने वाला होना चाहिए, का सम्बन्ध और यह कार्य मुख्यत सम्पादकीय विभाग का है। अर्थात् शीर्षक देते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि समाचार का आमुख (Intro) ही उसका आधार हो, कम से कम शब्दो मे पूरी बात कहने की क्षमता रखता हो, उसका अर्थ स्पष्ट और निश्चित हो तथा पाठक के लिए किसी प्रकार के भ्रम की गुंजाइश न रहे। इसके लिए मुख्य उप सम्पादक या शीर्षक लेखक में समाचार सवेदनशीलता होनी चाहिए, भाषा पर अच्छा अधिकार होना चाहिए और कम से कम शब्दो मे अधिक कहने की क्षमता होनी चाहिए।

शीर्षक पत्र के कालम में ठीक बैठे इसके लिए उसे इस बात का भी ज्ञान होना चाहिए कि उसके पास शीर्षक देने के लिए कितना स्थान (space) है और उसने जो शीर्षक दिया है वह उस कालम मे ठीक बैठता है या नही। इसलिए शीर्षक लिखते समय इस बात का हिसाब लगाया जाना आवश्यक है कि शीर्षक किस टाइप मे कितना स्थान घेरेगा। इसके लिए अनेक पद्धतियाँ प्रचलित है, सर्वाधिक प्रचलित पद्धति इस प्रकार है।

इस पद्धति या गणित का आधार 'यूनिट' अथवा इकाई होता है। उस प्रत्येक टाइप को, जो शीर्षक बनाने के लिए उपयोग में लाया जाता है। यूनिट माना जाता है। शीर्षक का निर्माण करते समय अक्षरों के टाइप के साथ ही स्पेस आदि का भी उपयोग किया जाता है और शीर्षक की चौड़ाई निर्धारित करने के लिए इन सभी का हिसाब लगाना चाहिए। इसलिए इन्हें भी इकाई की गिनती मे शामिल किया जाना है। हिन्दी टाइप की इकाई गिनने के लिए निम्न पद्धति अपनाई जा सकती है—

(1) प्रत्येक पूर्ण अक्षर को एक इकाई माना जाये जैसे 'समाचार' शब्द मे पाँच इकाइयाँ होंगी।

(2) आगे या पीछे लगने वाली मात्राओं को आधी इकाई गिना जाये। इस प्रकार "पत्रकारिता' और 'कालम' शब्दो मे क्रमशः छः और साढे तीन इकाई होंगी।

(3) प्रत्येक आधे अक्षर को भी एक इकाई माना जाये। इस प्रकार 'सम्पादक' शब्द में पाँच इकाई होगी।

(4) स्पेस को एक इकाई माना जाये।

1. News Editing, P. 115.

मान लीजिए आपने एक शीर्षक लिखा है—

बा ल वि का स से वा का

वि स्ता र हो गा

शीर्षक की ये पंक्तियां लिख देने के बाद पहला कार्य इन पंक्तियों की इकाई ऊपर दी गई विधि से गिन लेना चाहिए। इस प्रकार ऊपर वाले शीर्षक की गिनती यूं होगी—

बा ल वि का स से वा का

$1\frac{1}{2}$ 1 $1\frac{1}{2}$ $1\frac{1}{2}$ 1 $1\frac{1}{2}$ $1\frac{1}{2}$ $1\frac{1}{2}$—11

वि स्ता र हो गा

$1\frac{1}{2}$ $\frac{1}{2}$ $1\frac{1}{2}$ 1 $1\frac{1}{2}$ $1\frac{1}{2}$—$7\frac{1}{2}$

इस प्रकार ऊपर वाली पंक्ति में 11 इकाई और नीचे की पंक्ति में $7\frac{1}{2}$ इकाई है। अर्थात् ऊपर की पंक्ति बड़ी तथा नीचे की पंक्ति उससे कुछ छोटी होगी। इसके बाद उस उपयुक्त टाइप की खोज सरल हो जाती है जिसकी 11 इकाइयां एक कालम में आ जाती हैं। बड़ी-बड़ी शीर्ष पंक्तियों के लिए भी यह विधि अपनाई जाती है।

हिन्दी अथवा देवनागरी लिपि के टाइप के लिए गिनने की जो पद्धति बताई गयी है वह अंग्रेजी भाषा के लिए उपयोगी नहीं है। इसका कारण यह है कि देवनागरी लिपि में आगे-पीछे लगने वाली मात्राएं और आगे-पीछे लगने वाले संयुक्ताक्षर शीर्षक की चौड़ाई को प्रभावित करते हैं जो अंग्रेजी में नहीं पाये जाते हैं। इसलिए अंग्रेजी के समाचार-पत्रों में इकाई का हिसाब लगाने के लिए निम्न पद्धति सबसे अधिक प्रचलित है—[1]

(1) सभी छोटे अक्षरों (Small letters) को एक इकाई माना जाये।

(2) I, i, f और t $\frac{1}{2}$ तथा m और w को $1\frac{1}{2}$ इकाई माना जाये।

(3) सभी बड़े अक्षर (Capital letters) $1\frac{1}{2}$ इकाई माने जाये। लेकिन I को आधी और M तथा W को दो इकाई माना जाये।

(4) सभी विराम चिन्हों को आधी इकाई माना जाये किन्तु डेश, प्रश्नवाचक, डालर और प्रतिशत के चिन्हों को एक इकाई माना जाये।

1. Westly : News Editing P. 118.

(5) संख्या को एक इकाई माना जाए।

(6) प्रत्येक स्पेस को एक इकाई माना जाये।

स्मरण रहे यह पद्धति केवल उन शीर्षकों पर लागू होती है जो 'केप्स और लोअर केप्स' (Caps and lower caps) टाइप में बनते हैं। अंग्रेजी के अधिकांश समाचार-पत्रों में इसी प्रकार के शीर्षक बनते है, इसलिए इसी से सम्बन्धित प्रणाली दी जा रही है। 'आल केप्स' (All Caps) में बने शीर्षक पर यह पद्धति लागू नही होती। 'आल केप्स' पद्धति मे M तथा W को 1½ तथा स्पेश को ½ इकाई माना जाता है। शेष सभी ऊपर के अनुसार होता है।

शीर्षक की इकाई की गिनती करने के बाद यह हिसाब लगाया जाता है कि जितने कालम मे आप शीर्षक दे रहे हैं, उनमे वह ठीक बैठते हैं अथवा नही। सही तो यह है कि इस सम्बन्ध में कोई निश्चित नियम नही है। अंग्रेजी मे कई प्रकार के टाइप प्रचलित है तथा टाइप की लम्बाई एक होने के बाद भी उसकी चौड़ाई कम या अधिक हो सकती है। इसलिए प्रायः समाचार-पत्रों के सम्पादकीय विभाग मे इस प्रकार की तालिका उपलब्ध होती है जिससे यह ज्ञात हो जाता है कि कौन सा टाइप प्रति कालम मे कितना आता है। उसी तालिका के आधार पर मुख्य उप सम्पादक अथवा शीर्षक लेखक शीर्षक देते हैं।

शीर्षक का स्वरूप

शीर्षक कई प्रकार के दिये जाते हैं, कभी कालम के बीच, कभी बाई ओर सटाकर और कभी दाईं ओर सटाकर, कभी सीढ़ीदार बनाकर और कभी बाईं ओर पहली पंक्ति के बाद स्थान खाली छोड़कर जिसे अंग्रेजी में 'हैंगिंग इंडेन्शन' कहते है। शीर्षक चाहे एक कालम का हो या एक से अधिक कालमों का, उसे इन्ही सब ढग से दिया जा सकता है। कालम के बीचों-बीच में शीर्षक देने की परम्परा पुराने समय से प्रचलित है और आज भी सर्वाधिक प्रचलित है। यह सबसे आसान भी है, क्योकि उसमे अधिक माथा-पच्ची नही करनी पड़ती है। इस प्रकार के शीर्षक दो या तीन पंक्तियों से अधिक नही होने चाहिए। बीचों-बीच कुछ शीर्षक इस प्रकार है—

राज्य को गेहूं का कोटा

बढ़ाकर 50 हजार टन किया

करुणाकरण ने पत्रकारों से
क्षमा मांगी

व्यापारियों का सम्मेलन सम्पन्न	कमला नेहरू आज उदयपुर में आएंगी
राजस्थान सीमा पर 20 गिरफ्तार	बालचन्द्र गुप्त का निधन

इस प्रकार के शीर्षकों में ऊपर की पंक्ति और नीचे की पंक्ति दोनों ही कालम या कालमों के बीचों-बीच में रखी जाती है।

बाईं ओर सटाकर—इस प्रकार के शीर्षक भी एक या दो कालम के ही होते हैं। इनको अनेक रूपों में दिया जा सकता है। कभी ये शीर्षक तीन पंक्तियों के होते हैं तो कभी चार पंक्तियों के। चार पंक्तियों के शीर्षक प्रायः कम ही दिये जाते हैं। इनके विविध शीर्षकों की रूप रेखा इस प्रकार है—

चित्र नं. 1

चित्र नं. 2

चित्र नं. 3

चित्र नं. 4

चित्र नं. 5

चित्र नं. 6

प्रथम चित्र में तीनों पंक्तियां बराबर हैं। दूसरे चित्र में दूसरी पंक्ति छोटी है और पहली तथा तीसरी बराबर है। तीसरे चित्र में पहली पंक्ति छोटी है, दूसरी तथा तीसरी बराबर है। चौथे चित्र में पहली और तीसरी पंक्ति बराबर है दूसरी उससे बड़ी और पंक्ति बड़ी है। पांचवें चित्र में पहली पंक्ति सबसे छोटी है, दूसरी उससे बड़ी और तीसरी उससे भी बड़ी है। छठे चित्र में पहली पंक्ति सबसे बड़ी है, और दूसरी उससे छोटी और तीसरी सबसे छोटी।

दाईं ओर सटाकर—बाईं ओर सटाकर जितने प्रकार के शीर्षक बन सकते हैं, लगभग उतने ही प्रकार के शीर्षक कालम में दाईं ओर सटाकर दिये जा सकते हैं। पत्रों में आमतौर पर शीर्षक देने की प्रवृत्ति बाईं ओर सटाकर देने की होती है लेकिन पृष्ठ सज्जा की दृष्टि से यदि खाली स्थान बाईं ओर रखना उपयुक्त लगे तो शीर्षक दाईं ओर सटाकर दिया जा सकता है। इन शीर्षकों की क्या शैली होती है, यह अग्र रेखाओं के माध्यम से बताया गया है।

चित्र सं. 1

चित्र सं. 2

चित्र सं. 3

सीढ़ीदार शीर्षक—सीढ़ीदार शीर्षक अक्सर दो या तीन पंक्तियों के होते हैं। ये शीर्षक सोपान (सीढ़ी) की तरह बनाये जाते हैं। इस प्रकार का शीर्षक एक कालम का ही अच्छा लगता है। इनमें पहली पंक्ति कालम के बाईं ओर सटाकर लिखी जाती है और दूसरी पंक्ति कालम के दाईं ओर सटाकर या पहली पंक्ति कालम के दाईं ओर सटाकर और दूसरी पंक्ति कालम के बाईं ओर सटाकर। इसका रेखा चित्र इस प्रकार होगा—

चित्र सं. 1

चित्र सं. 2

तीन पंक्तियों का सोपानी शीर्षक तीन तरह से दिये जा सकते हैं। पहली पंक्ति बाईं ओर सटाकर (देखिए चित्र नं. 3)। पहली पंक्ति सबसे बड़ी, दूसरी उससे छोटी और तीसरी सबसे छोटी (देखिए चित्र नं. 4)। इसमें सभी पंक्तियाँ कालम के बीचों-बीच रहती हैं। तीसरी विधि है—पहली पंक्ति सबसे छोटी, बीच की पंक्ति उससे बड़ी और तीसरी सबसे बड़ी (देखिए चित्र नं. 5)।

चित्र सं. 3

चित्र सं. 4

चित्र सं. 5

हैंगिंग इण्डेशन—इस प्रकार के शीर्षकों में पहली पंक्ति बाईं ओर सटी हुई होती है और बाद की पंक्तियाँ शुरू में समान स्पेश छोड़कर दाईं ओर सटाकर बनाई

जाती हैं। ये शीर्षक प्रायः तीन या चार पंक्तियों के होते हैं। दो पंक्तियों के भी ऐसे शीर्षक हो सकते हैं, पर इनका प्रयोग ही किया जाता है। 'हैंगिंग इन्डेशन' (झूलता हुआ शीर्षक) शीर्षक का प्रयोग पत्रों में नियमित नहीं किया ... इस प्रकार बनाये जा सकते हैं—
कभी अच्छे लगते हैं ...

चित्र नं. 1

चित्र नं. 2

चित्र नं. 3

उद्धरण-चिह्न और डैश

हिन्दी में सामान्यतः उद्धरण-चिन्हों का प्रयोग अधिक नहीं, होता इसलिए शीर्षकों में भी इनका प्रयोग प्रायः नहीं होता। इनका प्रयोग अंग्रेजी में ही अधिक होता है। हिन्दी में प्रायः वक्ता का कथन एक डैक में देकर नीचे दांई ओर वक्ता का नाम दे दिया जाता है और उसके पहले डैश लगा दिया जाता है जिससे पाठक समझ लेता है कि यह कथन अमुक व्यक्ति का है। वक्ता का नाम टाइप में दे दिया जाता है, जैसे—

पाक परमाणु बम बनाने के भारत के पास सबूत--राजीव

अब 'आवारा' वाले दर्शक
ही नहीं रहे—राजकपूर

जब वक्ता का नाम भी प्रमुख शीर्षक के साथ देना हो और उसका कथन भी, तो उद्धरण चिन्हों का सार्थक प्रयोग किया जा सकता है। ऐसी स्थिति में वक्ता के नाम से पूर्व विसर्ग (:) लगा देते हैं, जैसे—

मुस्लिम लीग वाले तो बेईमान हैं :
[illegible] ने जिन्ना से कहा था

| सत्ता का केन्द्रीयकरण किया : सुराणा |

प्रश्न चिन्ह का प्रयोग—अनेक बार स्थिति संदिग्ध होने की स्थिति में शीर्षक के आगे प्रश्न चिह्न लगा दिया जाता है। कभी-कभी समाचार को सनसनीखेज बनाने के लिए भी सनसनीपूर्ण शीर्षक दे देते हैं और उसकी असत्यता की आँच समाचार-पत्र पर नहीं आये, इसलिए उसके आगे प्रश्न चिह्न लगाते है, जैसे—

दबाव के कारण एटमी हथियार बनाने वालों में भारत भी ?

वाशिंगटन, 27 अक्तूबर (रायटर)। भारत सहित 16 देशों पर एटमी हथियार बनाने के लिए दबाव है। हालांकि इनमें से कई की मंशा महज इतनी है कि वे एटमी हथियारों से सम्पन्न दिखें। ऐसा एक अमेरिकी अध्ययन से पता चला है।

'कांग्रेसनल रिसर्च सर्विसेज' की रिपोर्ट के मुताबिक लीबिया, इजरायल, इराक, ईरान, क्यूबा, दक्षिण अफ्रीका, भारत, पाकिस्तान और अर्जेंटीना पर एटमी क्षमता हासिल करने के लिए भारी दबाव है। यह दबाव तरह-तरह का है। इनमें अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर मान-सम्मान पाने व अपने देश के भीतर राजनैतिक लाभ उठाने की इच्छा, पड़ोसी देशों का डर और अपनी एटमी क्षमता का जायजा लेना है।

विश्लेषण में सात देशों के एटमी हथियार बनाने की क्षमता पाने से खतरे की आशंका की गई है। ये देश अर्जेंटीना, ब्राजील, क्यूबा, भारत, इजराइल, पाकिस्तान और दक्षिण अफ्रीका है। इनमें से क्यूबा को छोड़कर बाकी के देशों के 1995 तक मजबूत एटमी औद्योगिक राष्ट्र बन जाने की उम्मीद है।

अध्ययन के मुताबिक 'यह आम फहम बात है कि ठीकठाक रूप से औद्योगिक राष्ट्र पर्याप्त इच्छाशक्ति और वित्तीय संसाधनों से दूसरे देशों की मदद के बिना सम्भवत. तीन से पाँच साल में कुछ एटमी हथियार बना सकते हैं।'

इस रिपोर्ट में कहा गया है कि किसी भी गैर एटमी हथियारों वाले देश ने 1974 से एटमी परीक्षण नहीं किया है।

भारत ने ही 1974 में यह परीक्षण किया था। इसलिए इस बावत जो आशंकाए जाहिर की जा रही थी, वे सही साबित नही हुई।

.. राष्ट्रपति जान एफ. केनेडी ने 1970 सम्पन्न होने का अन्दाजा लगा... लेकिन, अभी तक पांच देशो—अमेरिका, सोवियत सघ, ब्रिटेन, फ्रांस और चीन के पास ही एटमी हथियारो का जखीरा है।

हालांकि भारत ने एटमी परीक्षण किया, लेकिन उसने इससे हथियार बनाने शुरू नही किए। इजराइल के पास एटमी हथियारों का छोटा सा जखीरा होने की उम्मीद है। लेकिन, इजराइल की सरकारी तौर पर स्थिति साफ नही है। कुछ को, दक्षिणी अफ्रीका के पास भी एटमी हथियार होने या शीघ्र ही इस स्थिति में आने की आशंका है।

रिपोर्ट में कई देशों की एटमी क्षमता पर चिन्ता की गई है। उनका कहना है कि कई कारणों से भूत मे कुछ देश एटमी क्षमता नही हासिल कर सके। ये कारण इजरा... एटमी औकात अभी साफ नही है। रिपो... में कहा गया है कि इनकी सेहत के लिए एटमी हथियार से सम्पन्न दिखना ज्यादा ठीक है, बनिस्पत होने के। क्योंकि एटमी हथियार रखने का सही पता चलने पर इससे लाभ और नुकसान दोनों हैं।

रिपोर्ट के लेखक बादेन डोनेली ने कहा है लगता है इजराइल, भारत, पाकिस्तान और दक्षिण अफ्रीका एटमी क्षमता का विकास करते रहेंगे।

एक प्रश्न चिह्न लगा शीर्षक देखें—

दिल्ली की नर्स हरियाणा जाकर कैसे मरी?

डेक और स्ट्रेप लाइन—एक से अधिक पंक्तियों के शीर्षक को 'डेक' कहते है। समाचार के महत्व के अनुसार एकाधिक डेक के शीर्षक दिये जाते हैं लेकिन आजकल अधिक डेक वाले शीर्षकों का प्रचलन नही है। क्योंकि अधिक डेक के शीर्षक देने में मुख्य उपसम्पादक को समय भी अधिक लगता है। ये स्थान भी अधिक घेरते है क्योंकि इसमें शीर्षक व डेक को एक दूसरे से अलग करने के फैंसी रूल आदि की आवश्यकता पडती है।

शीर्षक के ऊपर छोटे टाइप में (प्रायः 16, 18 या 20 पाइंट के टाइपों में) बांई ओर छोटी पंक्ति देने को डेक नही कहा जाता है। इसे 'स्ट्रेप लाइन' कहते हैं। अमेरीकन पत्र इसे 'आइब्रो' या 'किकर' भी कहते हैं। आंख के ऊपर जैसे भौहें होती हैं, वैसे ही कभी-कभी मुख्य शीर्षक के ऊपर प्रायः छोटे टाइप में बांई ओर छोटी सी

पंक्ति रेखांकित कर दी जाती है, जिसे 'स्ट्रेप लाइन' या 'आई ब्रो' कहते है। वैसे भौंहें आँख से बड़ी होती है, पर 'स्ट्रेप लाइन' मूल शीर्षक से बड़ी नही होनी चाहिए। उसकी आकार-लघुता ही उसकी उत्तमता का परिचायक है। दूसरी बात है 'स्ट्रेप लाइन' और मूल शीर्षक के बीच में स्थान (स्पेस) नहीं रहना चाहिए। तीसरी बात है 'स्ट्रेप लाइन' मुख्य शीर्षक का प्रतिद्वन्दी न हो। कभी-कभी ...
'स्ट्रेप लाइन' समा...

31 दिसम्बर तक मार्शल ला उठाने का वादा

जिया पांच वर्ष तक राष्ट्रपति बने रहेंगे

राजीव गांधी की हत्या का षडयन्त्र

चार एशियाइयों पर आरोप

एक पंक्ति का शीर्षक (Cross Line)—यह शीर्षक सबसे सरल व आसान है। इस शीर्षक मे केवल एक ही पंक्ति होती है जो एक से अधिक कालम में फैली हो सकती है। यह दोनों तरफ के कालम को छूती हुई हो सकती है जिसे दोनो ओर 'फ्लश' करना कहते हैं अथवा कालम के बीचो-बीच हो सकती है। अधिकांश समाचार-पत्र कम महत्त्व के समाचारों के लिए इस शीर्षक का प्रयोग करते हैं।

सब धर्मों का सार एक—देवपुरा

विस्फोट से दो मरे, तीन घायल

इस प्रकार के शीर्षक मे यह ध्यान रखा जाता है कि जो शीर्षक दिया जा रहा हो उसके अक्षरों की संख्या कालम की चौड़ाई से अधिक न हो। इसे 'पूर्णपाति' शीर्षक भी कहा जाता है। अंग्रेजी में इसे क्रास लाइन (Cross Line) कहते हैं।

दो पंक्ति का शीर्षक (Double Cross Line)—इस शीर्षक में दो पंक्ति होती है जो एक मे अधिक कालम में फैली होती है। यह कालम छूती हुई हो सकती है अथवा कालम के बीचों-बीच हो सकती है। यह शीर्षक दो पंक्ति का होने के कारण दो पंक्ति का शीर्षक (Double Cross Line) कहलाता है।

तीन विधायकों ने
इंका छोड़ी

ट्रक और बसों के
टायर महंगे हुए

विलोम स्तूपी (Inverted Pyramid)—इस शीर्षक में पहली पंक्ति क्रास लाइन के समान पूरे कालम में फैली हुई होती है, दूसरी पंक्ति छोटी और तीसरी पंक्ति उससे भी छोटी होती है और कालम के मध्य में दी जाती है। यह शीर्षक स्तूप के आकार के विपरीत होने के कारण 'विलोम स्तूपी' कहलाता है। स्तूप का ऊपरी भाग सबसे छोटा होता है और निचला भाग चौड़ा जबकि 'विलोम स्तूपी' में ऊपर का भाग चौड़ा और नीचे की पातों का आकार क्रमशः कम होता जाता है। अंग्रेजी में इस शीर्षक को 'इन्वर्टेड पिरामिड' (Inverted Pyramid) कहा जाता है।

भारतीय समाचार-पत्रों और विशेष रूप से हिन्दी पत्रों में इस प्रकार के शीर्षक का प्रचलन है। अमरीका और ब्रिटेन के पत्रों में इस शीर्षक का प्रयोग अधिक होता है। यहां एक बात उल्लेखनीय है कि हिन्दी के पत्रों के 'विलोम स्तूपी' शीर्षक दो या तीन पंक्ति से अधिक नहीं होते जबकि ब्रिटेन और विशेषकर अमेरीका के पत्रों में विलोम स्तूपी शीर्षकों की पंक्ति तीन से भी अधिक रहती है। जहां तक पृष्ठ की सुन्दरता और सज्जा का प्रश्न है 'विलोम स्तूपी' शीर्षक का अधिक विस्तार अच्छा नहीं लगता। दूसरी बात यह भी है कि अधिक पंक्तियों के 'विलोम स्तूपी' शीर्षक से पृष्ठ पर समाचार कम जा पाते हैं।

सोपानी शीर्षक (Stepped or Drop Line)—इस शीर्षक में प्रथम पंक्ति को बाईं ओर से प्रारम्भ कर दाहिनी ओर का कुछ स्थान रिक्त रहने देते हैं। उसके नीचे से बांई ओर कुछ रिक्त स्थान छोड़कर दाहिनी ओर पंक्ति भर दी जाती है। सोपानी शीर्षक दो या तीन पंक्ति का हो सकता है। यदि सोपानी शीर्षक तीन पंक्तियों का है तो बीच की पंक्ति भी नीचे और ऊपर की पंक्तियों के बराबर लम्बी होनी चाहिए तथा प्रथम पंक्ति के दाहिनी ओर जितना रिक्त स्थान छोड़ा जाये उतना ही अन्तिम पंक्ति की बांई ओर। तीसरी पंक्ति दाहिने भाग को भरे।

जम्मू कश्मीर में
मई में चुनाव
का फैसला

इसका आकार सीढ़ानुमा होता है इसलिए इसे सीढ़ीदार शीर्षक (सोपानी शीर्षक) कहा जाता है। अंग्रेजी में इसे 'स्टेप लाइन' अथवा 'ड्राप लाइन' (Stepped or Dropline) कहते हैं। सोपानी शीर्षक एक कालम का ही अच्छा लगता है।

विलोम सोपानी—सोपानी शीर्षक का उल्टा रूप विलोम सोपानी है। इसमें पहली पंक्ति कालमों में पूरी भरी रहती है और दूसरी पंक्ति बाईं ओर से प्रारम्भ होकर पहली पंक्ति से छोटी रहती है। यदि तीसरी पंक्ति भी देनी हो तो वह भी बाईं ओर से प्रारम्भ होकर दूसरी पंक्ति से छोटी दी जाए। इस शीर्षक की दोनों या तीनों पंक्तियां बाईं ओर से प्रारम्भ होकर क्रमशः नीचे की ओर छोटी होती जाती है।

बस से कुचलकर
कण्डक्टर की
मृत्यु

नलकूप निगम की
स्थापना की
जायेगी

विलोम सोपानी शीर्षक का अन्य एक दूसरा रूप दाहिनी ओर वाला भी हो सकता है। इसकी सभी पंक्तियां दाहिनी ओर से सटने वाली हो सकती है।

आयताकार (Square Indention)—आयताकार शीर्षक उसे कहते है जब शीर्षक का स्वरूप आयताकार होता है और उसके शीर्षक की पंक्तियां कालम को पूरी भरने वाली हो। आयताकार शीर्षक देते समय इस बात को ध्यान रखे कि पंक्तियां दो या तीन से अधिक नही हो। वैसे अधिक पंक्तियां दी जा सकती है, लेकिन अधिक पंक्तियां पृष्ठ सज्जा की दृष्टि से अच्छी नही दृष्टि से अच्छी नही दिखती।

रंगीन टी० वी०
पर एशियाई खेल
देखे जा सकेंगे

हिन्दी पत्रों में आयताकार शीर्षक का प्रचलन कम है। अमरीका व ब्रिटेन के पत्रों में इस शीर्षक का प्रयोग अधिक होता है।

कटि शीर्षक (waist Line)—यह शीर्षक एक कालम का हो या दो कालम का, एक टाइप में तीन पंक्तियों का बनता है। इसकी पहली पंक्ति पूरी, दूसरी पंक्ति उससे छोटी और तीसरी पंक्ति पुनः पूरी होती है। इस शीर्षक का आकार नारी की कमर अथवा डमरू के सदृश्य होने के कारण इसे 'कटि' की संज्ञा दी गई है। हिन्दी व अन्य प्रादेशिक भाषाओं के समाचार पत्र मे इस शीर्षक का प्रचलन है।

ग्वालपाड़ा में
7 मरे
12 गांव भस्म

नवभारत टाइम्स

एक बार फिर अँधेरा

राजीव नए प्रधानमंत्री

विश्व शांति को भारी आघात

अनेक स्थानों में हिंसा भड़क

कपाली शीर्षक (मस्तक रेखा)—शीर्षक ऊपर और उसके टाइप से कुछ छोटे टाइप में दिये जाने वाले शीर्षक को कपाली शीर्षक कहा जाता है। यह शीर्षक कम शब्दों का होता है और बांई ओर अथवा बीच में दिया जाता है। इसके नीचे सीधी रूल दी जाती है।

कपाली शीर्षक का गठन विशेष प्रकार से होता है। कपाली शीर्षक मुख्य शीर्षक से मिलाकर नहीं पढ़ा जाता है। इसका अपना अलग अस्तित्व होता है। वह उस घटना चक्र की ओर पाठक का ध्यान आकर्षित करता है जिसके सम्बन्ध में पाठक को कुछ जानकारी होती है। एक कपाली शीर्षक देखें—

इन्दिरा गांधी हत्याकाण्ड

बाज दिखाई देने के सम्बन्ध में कोई बयान नहीं दबाया

कपाली-शीर्षक का प्रयोग अधिकतर कालम के आधे भाग में ही होता है। कभी-कभी यह शीर्षक पूरी पंक्ति में भी दे दिया जाता है। कपाली शीर्षक मुख्य शीर्षक से कुछ हलके या छोटे टाइप में ही दिया जाता है, लेकिन अंग्रेजी के समाचार-पत्रों में कभी-कभी उसे मूल शीर्षक के टाइप से मोटा और पूरी पंक्ति का बनाते हैं तथा उसके नीचे सीधी रूल दी जाती है। इस प्रकार के शीर्षक का प्रचलन हिन्दी के पत्रों में अभी प्रचलित नहीं है।

ब्लाक शीर्षक (Block Head)—मुख्य शीर्षक बांई ओर से प्रारम्भ होकर कालम पूरा भरता है। नीचे एक बिन्दु लगा देते हैं। बिन्दु के आगे कुछ स्थान छोड़कर दाहिनी ओर दूसरा शीर्षक कुछ छोटे व हलके टाइप में दिया जाता है। कभी-कभी बिन्दु का प्रयोग किया जाता है।

पाल नौका में भी स्वर्ण

□ नौका इतिहास में प्रथम बार

इसी शीर्षक के दो अलग-अलग ब्लाक बन जाते हैं इसलिए अंग्रेजी में इसे 'ब्लाक हैड' (Block head) कहते हैं। भारत के अंग्रेजी समाचार-पत्रों में इस प्रकार के शीर्षकों का प्रचलन नहीं है। हिन्दी पत्रों में तो इसका प्रयोग नहीं हुआ है। अमरीकी-पत्रों में 'ब्लाक हैड' शीर्षक का प्रयोग प्रचलित है।

पताका (Banner)—समाचार-पत्र के मुख पृष्ठ पर सबसे ऊपर आठ कालम में फैले हुए मोटे टाइप मे जो शीर्षक दिया जाता है उसे पताका (बैनर) अथवा प्रमुख शीर्षक कहते है। बैनर का शाब्दिक अर्थ है—ध्वज अथवा पताका। जिस प्रकार किसी राष्ट्र अथवा सेना के सभी लोग उसके झंडे के नीचे एकत्रित दिखाई पडते हैं उसी प्रकार समाचार-पत्र के अन्य सभी समाचार बैनर (पताका) के नीचे दिखाई पडते हैं। अन्य शब्दों मे कहा जा सकता है जैसे झंडा सबसे ऊपर फहराता दिखता है उसी प्रकार पताका (बैनर) शीर्षक भी सबसे महत्वपूर्ण समाचार का जोरों से विज्ञापन करता है।

बैनर शीर्षक का प्रयोग बहुत ही महत्वपूर्ण समाचार को सर्वाधिक प्रमुखता से प्रदर्शित करने के लिए किया जाता है। अमेरीका और स्पेन के मध्य हुए युद्ध के समय विलियम रेण्डलफ हर्स्ट के 'न्यूयार्क जर्नल' तथा जोजेफ पुलित्जर के 'न्यूयार्क वर्ल्ड' नामक समाचार पत्रो के बीच युद्ध से सम्बन्ध समाचारो को अधिक से अधिक आकर्षक और उत्तेजक ढंग से प्रस्तुत करने की जो कड़ी प्रतियोगिता हुई उससे अनेक नये प्रकार के शीर्षकों को जन्म दिया। पूरे पृष्ठ पर आठ कालम में फैले हुए बड़े शीर्षक का प्रयोग इसी समय पहली बार किया गया जिसे आज 'बैनर' कहा जाता है। दो कालम तीन कालम के शीर्षक का प्रयोग भी इसी समय आरम्भ हुआ।

राकेट शीर्षक—यह नया और कठिनतम शीर्षक है। यह शीर्षक समाचार का ही अंग होता है। इसमें समाचार और शीर्षक के बीच कोई अन्तर नही रहता। समाचार को इस प्रकार लिखा जाता है कि उसका महत्वपूर्ण अंश आरम्भ में हो और उसे बडे टाइप में कम्पोज करा लिया जाता है। उसके बाद उससे छोटे शीर्षक टाइप में और फिर बडी टाइप मे समाचार के क्रम को जारी रखा जाता है।

यह शीघ्र प्रहारी होने के कारण राकेट शीर्षक' कहलाता है। इस प्रकार के शीर्षक देना आसान नही है नही और यह विशेष लोकप्रिय हो सका। हाँ, कभी-कभी समाचार-पत्रो में शीर्षकों मे भिन्नता लाने के लिये इसका प्रयोग किया जा सकता है।

इस प्रकार के शीर्षक का प्रयोग सर्वप्रथम 'अलमोसा कोरियर' नामक समाचार-पत्र ने किया था और शुरू-शुरू में सभी समाचार-पत्रों का ध्यान इस ओर आकर्षित हुआ था। यह शीर्षक अधिक लोकप्रिय नहीं हो सका।

गगन रेखा (Skyline)—यह शीर्षक समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर मोटे टाइप मे नाम-पट्टिका (Name Plate) के ऊपर दिया जाता है। इसे 'गगन रेखा' (स्काई लाइन) इसलिए कहा गया है क्योंकि यह शीर्षक समाचार-पत्र में सबसे ऊपर होता है। इसका प्रयोग विशेष समाचार देने के लिए किया जाता है। कुछ पत्रो ने श्री जवाहरलाल नेहरू के देहान्त का समाचार देने के लिए 'स्काई लाइन' शीर्षक का प्रयोग किया था।

यह उल्लेखनीय है कि बैनर समाचार-पत्र की नाम पट्टिका के नीचे दिया जाता है जबकि 'स्काई लाइन' नाम पट्टिका के ऊपर दिया जाता है।

स्काई लाइन का प्रयोग भारतीय समाचार पत्रों में प्रायः कम ही होता है। महत्त्वपूर्ण समाचारों के लिए बैनर का ही प्रयोग किया जाता है। अत्यन्त महत्त्वपूर्ण समाचार के लिए स्काई लाइन दी जा सकती है।

छिन्न बाक्स—कपाली शीर्षक और बाक्स वाला शीर्षक मिलकर छिन्न बाक्स का निर्माण होता है। बाक्स (Box) के ऊपर लाइन बीच में से काटकर उसमें कपाली शीर्षक डाला जाता है। उसके नीचे शीर्षक को बॉक्स से बन्द करते हैं और नहीं भी।

श्रीमती गांधी की धारणा

निर्गुट आन्दोलन में

विसंगति नहीं

'छिन्न बाक्स' आजकल समाचार देने के लिए प्रयुक्त किया जाने लगा है। इससे पूर्व यह फीचर और लेख आदि के लिए दिया जाता था। यह शीर्षक दो कालम के लिए अधिक उपयुक्त है।

बांयी तरफ कालम को छूने वाला शीर्षक (Flush left)—यह आधुनिक और लोकप्रिय शीर्षक है जो अधिकांश समाचार-पत्रों में दिखाई दे रहा है। इसमें शीर्षक की सभी पंक्तियों को केवल बांयी ओर कालम को छूने दिया जाता है तथा दाहिनी ओर का भाग छोटा या बड़ा रखने की स्वतन्त्रता होती है। दाहिनी ओर की कौनसी पंक्ति लम्बी हो और कौनसी छोटी, इस संबन्ध में कोई निश्चित नियम नहीं है लेकिन इसमें भी एक रूपता रह सके तो शीर्षक की सुन्दरता और भी बढ़ जाती है जैसे—

प्रधान मंत्री

आन्दोलनों के विरुद्ध

झूलता हुआ शीर्षक (Hanging Indention)—इसमें पहली पंक्ति बांयी ओर सटी हुई होती है और बाद की पंक्तियां शुरू में समान स्थान छोड़कर दाईं ओर सटाकर बनाई जाती है। 'हंगिंग इन्डेंशन' शीर्षक प्रायः तीन या चार पंक्तियों के होते हैं। दो पंक्तियों के भी ऐसे शीर्षक हो सकते हैं, पर इनका प्रयोग कम ही किया जाता है। एक झूलता हुआ हुआ शीर्षक देखे—

राष्ट्रीय जल आयोग
बनाने की
सलाह

छिन्न मस्तक

इस शीर्षक का सिर कटा होने के कारण छिन्न 'मस्तक' कहा जाता है। इस शीर्षक को एक कालम से अधिक ही दिया जा सकता है। शीर्षक की प्रथम पंक्ति दो या तीन कालमा होती है और दूसरी एक या दो कालमा। दूसरी पक्ति में बांई ओर एक कालम छोड़ दिया जाता है। इस छोड़े हुए भाग मे एक कालम चित्र दिया जा सकता है। चित्र न होने पर समाचार के मैटर से यह भाग भरना होता है। मैटर के प्रथम अक्षर को दिये गये टाइप से कुछ बड़ा लगा दिया जाये तो उसकी सुन्दरता बढ़ जाती है। मुख्य समाचारों पर यह शीर्षक अच्छा लगता है जैसे—

राज. के 3 मन्त्रियों ने

इस्तीफे दिये

राज्य मन्त्री भाटी द्वारा त्यागपत्र देने से इन्कार

जयपुर, 4 जुलाई (वार्ता)। राजस्थान में शिवचरण माथुर मंत्रि-मण्डल के तीन सदस्यों ने अपने पद से इस्तीफा दे दिया।

इस्तीफा देने वाले मन्त्रियों में सहकारिता एवं राहत मन्त्री हनुमान प्रसाद प्रभाकर, जनसम्पर्क राज्यमंत्री सुरेन्द्र व्यास तथा जनहित क्षेत्रीय विकास उपमन्त्री गोविन्द आमलिया शामिल हैं।

श्री प्रभाकर ने बताया कि मुख्य मन्त्री श्री माथुर ने मुझसे इस्तीफा मांगा था। इसलिए मैंने आज सायं उन्हें इस्तीफा सौंप दिया।

उन्होंने बताया कि श्री व्यास और श्री आमलिया ने भी अपने पद से इस्तीफे दे दिए हैं।

प्राप्त जानकारी के अनुसार मुख्य मन्त्री ने जेल राज्य मन्त्री श्री नरेन्द्र सिंह भाटी से भी इस्तीफा मांगा था किन्तु उन्होंने इस्तीफा देने से इन्कार कर दिया।

शीर्षक लेखन की प्रक्रिया

शीर्षक लगाने का अर्थ यह होता है कि समाचार का सार पाठक तक पहुंचा दिया जाये। इसके लिए मुख्य उप सम्पादक संवाददाता या समाचार-समिति से प्राप्त

समाचारों को पढ़ता है, फिर उसमें से महत्त्वपूर्ण तथ्यों को खोजता है—ऐसे तथ्य जिसकी 'न्यूज वैल्यू' हो और पाठक की जिसमें रुचि हो। कभी-कभी महत्त्वपूर्ण तथ्य समाचार के अन्त में या मध्य में छिपे रहते हैं। उसको शीघ्र पकड़ पाना मुख्य उप सम्पादक की कुशलता है। वह महत्त्वपूर्ण तथ्यों को समाचार के इन्ट्रो (आमुख) में डालता है, अनावश्यक अंश को निकलता है और उसका शीर्षक लगाता है।

सामान्यतः समाचार का सार इन्ट्रो में ही रहता है और अक्सर इन्ट्रो के ही आधार पर ही शीर्षक बनाया जाता है। इसका अर्थ यह भी है कि समाचार का इन्ट्रो बनाया ही ऐसा जाये कि उसमें समाचार का सार आ जाए। अच्छा शीर्षक वही है जिसमें अनेक तथ्यों को समाहित करने की चेष्टा न की जाए, परन्तु एक पूर्ण विचार उसमें अवश्य व्यक्त हो। शीर्षक सदैव सकारात्मक हो, नकारात्मक नहीं। शीर्षक से पाठक को यह ज्ञात हो जाना चाहिये कि क्या हुआ, न कि यह बताया जाये कि क्या नहीं हुआ। शीर्षक समाचार के साथ न्याय करने वाला हो। जो कुछ हुआ हो, उसे सत्यता के साथ उपयुक्त रूप से प्रस्तुत करने वाला हो।

श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने शीर्षक देते समय कुछ महत्त्वपूर्ण तथ्यों की ओर संकेत किया है—

1. समाचार का शीर्षक देते समय यह ध्यान रखा जाय कि जो बात उसमें कही गई है वह शीर्षक में अवश्य हो। यह न हो कि शीर्षक कुछ और समाचार कुछ।
2. शीर्षक में समाचार की भावना प्रतिबिम्बित हो, क्योंकि शीर्षक ही समाचार की आत्मा है।
3. अकर्मक क्रिया का यथासम्भव कम से कम प्रयोग किया जावे।
4. वाक्य का व्याकरण की दृष्टि से पूरा होना जरूरी नहीं, पर बात का संकेत पूर्ण हो।
5. शब्दों और विचारों को दुहराया न जाये।
6. संक्षिप्त प्रयोगों का कम से कम व्यवहार किया जाये (जैसे मध्यप्रदेश के लिये म. प्र.)
7. जहाँ तक सम्भव हो, शब्द तोड़े न जायें।
8. यदि एक समाचार के दो या अधिक शीर्षक हो तो उनमें विरोधाभास न हो।
9. कालम के भराव की दृष्टि से अक्षर संख्या का ध्यान रखा जाये।
10. शीर्षक सरल, सजीव तथा सुन्दर होने के साथ ज्ञानवर्धक और सार्थक हो।
11. शीर्षक में इतनी उत्कण्ठा उत्पन्न करने की क्षमता हो कि पाठक समाचार पढ़ने को लालायित हो उठे।
12. शीर्षक सम्मति भले ही प्रकट करे, पर पक्षपात की गंध उसमें न आये।[1]

---

1. समाचार सम्पादन, पृष्ठ 125.

शीर्षक की भाषा

अच्छा शीर्षक वही है जो बोलचाल की मुहावरेदार भाषा में हो—जिसे पाठक ऊँची आवाज में सुन सके। समाचार-पत्र बेचने वाले हाकर उस शीर्षक को चिल्ला-चिल्लाकर ही बाजार मे पत्र बेचते हैं। आर्थर क्रिश्चियनमन के मतानुसार—"अच्छा शीर्षक वह है जो सशक्त, बोलचाल की मुहावरेदार भाषा मे लिखा गया हो। जो ऊँची आवाज मे सहजता से पढ़ा जा सके।"

शीर्षक मे दो तत्त्व प्रमुख होते हैं—(1) शीर्षक क्या कहता है और (2) कैसे कहता है। शीर्षक में क्या कहा जाता है, यह विशुद्ध समाचार पत्र (न्यूज वैल्यू) है और इसके लिए प्रत्येक समाचार-पत्र को सही और तटस्थ दृष्टि अपनानी चाहिए। उस समाचारतत्व (न्यूज वैल्यू) को कैसे कहा जाये, इसमें यहा भाषा तत्व सामने आता है। शीर्षक लेखन की प्रतिभा यही कुछ चमत्कार दिखा सकती है, जैसे किसी समाचार समिति से समाचार आया कि किसी मन्दिर मे भगवान की प्रतिमा की या भगवान के आभूषणों की चोरी हो गई। या किसी मस्जिद मे चोरी हो गई। ऐसे समाचार का सरल और सीधा शीर्षक होगा—'मन्दिर मे चोरी' या 'मस्जिद मे चोरी।' लेकिन यदि इसी को 'भगवान के घर मे चोरी' या 'खुदा के घर मे चोरी' का शीर्षक दिया जाये, तो वह समाचार चमक जाता है। इसी तरह यदि किसी दुर्घटना में कोई बालक अचानक बाल-बाल बच जाता है, तो 'दुर्घटना मे बालक बचा' या 'बालक सुरक्षित' के स्थान पर 'जाको राखे साइयाँ' का शीर्षक अधिक आकर्षक होगा।

शीर्षक लगाते समय अन्य सावधानियाँ

मुख्य उप सम्पादक या शीर्षक लेखक को सदैव ऐसे शब्दों का भंडार मन मे रखना चाहिए जो कम अक्षरो के हो और अधिक अर्थ व्यक्त करें। पत्र के कालम में गिनती के अक्षर आते हैं, इसलिए एक ही अर्थ को बताने वाला कई अक्षरो का शब्द शीर्षक मे न आ सके तो उसके स्थान पर उसी अर्थ का कम अक्षरो वाला शब्द रखना चाहिए। जैसे— आक्रमण' के स्थान पर 'हमला' 'आवश्यक' के स्थान पर 'जरुरी', 'वायुयान' के स्थान पर 'विमान'; 'बातचीत' के स्थान पर 'वार्ता'; 'ग्रामीण अंचल का 'देहात', 'खाद्यान्न' का 'गल्ला, 'स्वस्थ' का 'साफ', 'दरवाजे' के स्थान पर 'द्वार' आदि शब्द आसानी से आ सकते हैं, जो कम अक्षर के होने पर भी उसी अर्थ को बताने वाले हैं। इसी प्रकार 'त्याग पत्र' के स्थान पर 'स्तीफा' शब्द आसानी से आ सकता है। एक बार किसी पत्र के मुख्य उप सम्पादक को कालम के शीर्षक में जब 'त्याग पत्र' न समाता दीखा और न 'इस्तीफा' तो उसने बहुत माथापच्ची करने के बाद स्थान की कमी के कारण 'स्तीफा' शब्द लिख दिया। 'स्तीफा' शब्द का अर्थ पत्र के पाठक जान गये, पर इसमे एक अनर्थ भी हो गया। उन्हें समझ मे नही आया

कि सही शब्द 'स्तीफा' है या 'इस्तीफा'। इसलिए मुख्य उप सम्पादक को इस बात का सदैव ध्यान रखना चाहिए कि शीर्षक देते समय गलत शब्द का प्रयोग न किया जाये।

शीर्षक पूर्ण वाक्य के रूप मे नही होता, इसलिए उसमें क्रिया पद भी नहीं होता। इस क्रिया पद से बचने के लिए कभी-कभी हिन्दी मे शीर्षक कर्मवाच्य मे दिये जाते है, लेकिन इसमें एक दोष यह आ जाता है कि शीर्षकों में 'द्वारा' की भरमार हो जाती है। 'द्वारा' के प्रयोग से यथासम्भव बचना चाहिए।

शीर्षकों में संख्याओं को प्रायः अक्षरों में लिखते है जैसे 100 के स्थान पर सौ, 1000 के स्थान पर हजार ठीक रहेगा। पर शीर्षक मे स्थान की कमी हो तो 'चालीस' के स्थान पर '40' या 'पांच' के स्थान पर '5' लिखने से काम चल जाता है। बड़ी संख्याओं को तो सदैव अक्षरों में ही लिखना चाहिए।

शीर्षक में अंक देना वर्जित नही है। कभी-कभी अंकों के प्रयोग से ही शीर्षक आकर्षक हो जाता है, जैसे—

उत्तर क्षेत्रीय क्रय परामर्श समिति की बैठक

वर्ष 85-86 की खरीद नीति में सुधार के पहलुओं पर विचार

उ. प्र. में बाढ़ से 20 और मरे

संसद का अधिवेशन 18 नवम्बर से

छत गिरने से मृतकों की संख्या 71 हुई

उड़ीसा में तूफान से 3 मरे

असम में 28 और मरे, 30 गांव फूँके

शीर्षक-लेखन के लिए कुछ शब्दों के संक्षिप्त रूपों के प्रयोग से भी बड़ी सहायता मिलती है जैसे—'पाकिस्तान' के लिए 'पाक'; 'सोवियत संघ' के स्थान पर 'रूस'; 'यूनाइटेड किंगडम' के स्थान पर 'ब्रिटेन'; 'यूनाइटेड स्टेट्स आफ अमेरीका' के स्थान पर 'अमेरिका'; संयुक्त सोशलिस्ट पार्टी के स्थान पर 'संसोपा'; 'भारतीय लोक दल' के स्थान पर 'लोद' 'संविद' 'जयप्रकाश नारायण' के स्थान पर 'जे. पी' 'मोरार जी देसाई' के स्थान पर 'देसाई' आदि।

अंग्रेजी-वर्णमाला में केवल वर्ण ही वर्ण है, मात्राएँ नहीं। हिन्दी में व्यंजन और स्वर की मात्राए हैं। इसलिए हिन्दी के उप सम्पादकों को शीर्षक लिखते समय अक्षरों के साथ लगने वाली मात्राओं का भी ध्यान रखना चाहिए। ा, ि, ी, े, ै की मात्राए ऐसी हैं जो अधिक स्थान घेरती हैं। शीर्षक में जहाँ तक हो सके कम मात्राओं वाले अक्षरों का प्रयोग करना चाहिए। यदि मात्राएं अनिवार्य हो तो दो मात्राओं को एक पूरे अक्षर के बराबर मानकर कालम के अक्षरों की गिनती करनी चाहिए।

हिन्दी में संयुक्ताक्षर भी हैं, जैसे क्ष, द्व, द्ध, रू, क्त, आदि। संयुक्ताक्षर सदैव एक से अधिक स्थान घेरते है। शीर्षक में संयुक्ताक्षर से बचना चाहिए—अन्यथा उनकी गिनती एक अक्षर में न करके दो अक्षरों में करनी चाहिए। तभी शीर्षक सही बैठेगा। स्मरण रहे कि शीर्षकों में अक्षरों की अधिक संख्या अच्छी नहीं।

विशेष समाचारों के शीर्षक

समाचार-पत्रों में केवल समाचार ही नहीं रहते है, उनमें व्यापार व वाणिज्य समाचार, खेल समाचार, स्थानीय समाचार, डाक समाचार तथा फिल्मी समाचार सभी ही होते हैं। इन समाचारों की अपनी-अपनी भाषा बन चुकी है और उसी के अनुसार उनके शीर्षक चलते हैं।

वाणिज्य समाचार

हिन्दी के पत्रों में व्यापार-वाणिज्य समाचारों के नाम पर प्रायः बाजार भावों की प्रमुखता रहती है। वाणिज्य-समाचारों के शीर्षक बड़े रोचक होते हैं। 'उछाला', 'चटक जाना, 'भुर्स हो जाना' का अर्थ भावों में तेजी आने से हैं। 'औंधे मुँह गिरना', 'मुँह के बल गिरना' का अर्थ भावों में एकाएक अप्रत्याशित गिरावट से है जबकि 'लुढकना' व 'टूटना' भावों में मामूली गिरावट के सूचक है। जन साधारण के लिए इन समाचारों या शीर्षकों का कोई महत्त्व नहीं है लेकिन व्यापारी-वर्ग इन शीर्षकों को पढ़कर ही समाचार के समाचारत्व को जान लेता है।

खेल समाचार

हिन्दी पत्रों में खेल-समाचारों को नियमित रूप से स्थान दिया जा रहा है। इनके लिए पूरा एक पृष्ठ ही रहता है। खेलकूद के समाचारों की अलग शैली, भाषा

व पारिभाषिक शब्दावली होती है। शीर्षक का वही सिद्धान्त खेल-समाचारों पर लागू होता है, जो अन्य समाचारों पर। खेल-समाचारों में मुख्यतः परिणाम का महत्त्व होता है। पाठक भी पहले उसी को जानना चाहता है, अतः शीर्षक इस प्रकार के होने चाहिए जो समाचार के सार को विज्ञापित कर दे।

स्थानीय समाचार

स्थानीय समाचारों का पत्र में अपना विशेष महत्त्व रहता है। किसी भी पत्र को चलाने के लिए स्थानीय समाचार और उनका संकलन करने वाला संवाददाता पत्र की सुदृढ़ टाँगों के सदृश है। उसके बिना समाचार-पत्र पंगु है। स्थानीय समाचार में नगर तथा आसपास के समाचार विस्तार से प्रकाशित होते हैं। नगर की सभा सोसाइटियों, बैठकों, सम्मेलनों के समाचारों पर शीर्षक प्रायः चालू-प्रकार के होते हैं। स्थानीय अपराध समाचारों में मुख्यतः किसी प्रसिद्ध अपराध के मुकद्दमे की रिपोर्टिंग ह विस्तार रहती है।

फिल्म समीक्षा

दैनिक पत्रों में फिल्मों की समीक्षा सप्ताह में एक बार ही प्रकाशित होती है। पत्र फिल्म पृष्ठ का गेटअप बनाने के लिए फिल्म-सम्पादक को सूझ से काम लेना चाहिए। फिल्म समाचारों, लेखों और समीक्षा के शीर्षक सदैव अधिक आकर्षक होने चाहिए। फिल्म-पृष्ठ पर शीर्षक देने के लिए जो टाइप प्रयोग किये जायें, वे भी अन्य समाचारों की अपेक्षा अधिक मोटे होने चाहिए। अधिक मोटे टाइप से पृष्ठ अधिक भड़कीला और आकर्षक बन जाता है और उसे अन्य पृष्ठों से अलग पहचाना जा सकता है।

स्थाई स्तम्भों के शीर्षक

प्रत्येक दैनिक-पत्रों में कुछ स्थाई स्तम्भ भी होते है जैसे—'नगर की हलचल', 'महिला संसार', 'खेल जगत्', 'व्यापार व बाजार समीक्षा', 'कृषि लोक', बाल जगत्', 'सम्पादक के नाम पत्र', 'भविष्य फल', 'फिल्म लोक', 'विदेश वार्ता', 'हास्य व्यंग्य' आदि। इन स्तम्भों के शीर्षक अन्य शीर्षकों से भिन्न होते हैं जिससे पाठकों का ध्यान आकर्षित किया जा सके।

स्थाई स्तम्भ शीर्षकों के चारो ओर रूल देकर छापे जाते हैं। साथ ही, शीर्षक के टाइप का चयन भी सावधानी पूर्वक किया जाता है। इसके साथ ही शीर्षक से सम्बद्ध रेखा चित्र भी दिये जाते हैं। अनेक पत्र अपने स्थाई स्तम्भों के रेखाचित्र ब्लाक बना लेते हैं और उनका प्रयोग करते है। इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि ये शीर्षक अधिक समय तक एक ही प्रकार के न रखकर समय-समय पर बदले जाए जिससे पाठक का इनके प्रति आकर्षण बना रहे।

छाया चित्रों के शीर्षक

दैनिक पत्रों में समाचार के साथ ही छाया-चित्र भी दिये जाते है। इन छाया-चित्रों के शीर्षकों को 'कट लाइन' (Cut line) कहते है। समाचार-पत्रों में चित्र के नीचे लिखे जाने वाली पंक्तियों को 'कट लाइन' कहा जाता है और चित्र के ऊपर लिखे जाने वाले छोटे शीर्षक को चित्र परिचय (कैप्शन) कहते हैं।

कैप्शन लिखना भी एक कला है। उसके भी अपने नियम है। कैप्शन के वाक्य छोटे और सीधा संकेत देने वाले हो। उनमे किसी प्रकार का भारीपन अथवा पेचीदगी न हो। दो-चार शब्द तक के कैप्शन अच्छे माने जाते है। कैप्शन के अनुरूप ही भाषा होनी चाहिए। कैप्शन मोटे अथवा काले टाइप में दिये जाने चाहिए।

'कट लाइन' ब्लाक के नीचे दी जाती है। यह सामान्य से कुछ मोटे अथवा काले टाइप मे दी जाती है। कट लाइन देते समय पृष्ठ की सजावट और ब्लाक की लम्बाई का भी ध्यान रखा जाता है। ब्लाक में दिखने वाले व्यक्तियों का परिचय ठीक होना चाहिए। सबसे विशिष्ट व्यक्ति का नाम पहले लिखा जाता है और उसके बाद बायें से दाहिने अन्य व्यक्तियों के नाम दिये जाते हैं।

शेषांश शीर्षक

शेषांश (टूट) का शीर्षक देते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि मूल शीर्षक और शेषांश के शीर्षक सम्बद्ध हो ताकि पाठक को आसानी से शेषांश मिल जाये और उसे किसी प्रकार का भ्रम न हो। शेषांश प्रायः एक कालम में दिये जाते हैं। समाचार के अधिक लम्बे होने पर दो कालमों का शीर्षक दिया जा सकता है। शेषांश का शीर्षक देने के अनेक रूप प्रचलित हैं, यहां कुछ प्रमुख प्रचलित रूप दिये जा रहे है—

प्रदर्शनी.................................
(शेष पृष्ठ 1 कालम 2का)

राजीव.............................
(पृष्ठ 1 कालम 8 का शेष)

कालाधन.................................
(पृष्ठ एक का शेष)

—

7

आवरण कथा एवं स्तम्भ

हिन्दी पत्रिकाओं में 'आवरण-कथा' (आमुख-कथा) विशेष लोक प्रिय हो रही है। इसे हिन्दी पत्रकारिता में एक नया आयाम कहा जा सकता है। 'आवरण कथा' विशेषतः साप्ताहिक, पाक्षिक पत्रों से सम्बद्ध होती है। दैनिक पत्रों में इस प्रकार की कोई सम्भावना नही होती क्योंकि उसका आवरण पृष्ठ न तो किसी एक विशेष चित्र से सज्जित रहता है और न बाहरी पृष्ठ पर समाचार कथा को छापा जा सकता है। यों सम्पूर्ण समाचार-कथा साप्ताहिक, पाक्षिक पत्रिकाओं के आवरण पृष्ठों पर नही छापी जा सकती किन्तु बाहरी पृष्ठ पर अन्दर दी गई कथा से सम्बद्ध चित्र अवश्य दिये जाते हैं।

परिभाषा

किसी एक विषय, घटना अथवा विद्या को लेकर उसके पहलुओं का विश्लेषण करते हुए उससे सम्बद्ध लेखों, टिप्पणियों, चित्रों, आंकड़ों तथा अन्य सहायक–सामग्री का प्रकाशन 'आवरण कथा' का मुख्य उद्देश्य होता है। पत्रिका के 'आवरण:पृष्ठ' पर कथा से सम्बद्ध एक चित्र दे दिया जाता है, जो आवरण कथा का संकेत होता है।

आवरण कथा में विषय, समाचार, घटना, समस्या अथवा किसी विषय का कोई बंधन नही है न ही क्रम की कोई अनिवार्यता है। कभी भी किसी विषय की सामग्री उपलब्ध हो जाने पर आवरण-कथा का प्रकाशन किया जा सकता है। विषय की सामयिकता पर ध्यान रखा जाये तो वह पाठकों के लिए रुचिकर होगा।

आवरण कथा' नाम से यह ध्वनित होता है कि कुछ (चित्र या अन्य सामग्री) आवरण मे प्रकाशित की गई है, उससे सम्बद्ध कथा अन्दर के पृष्ठों पर छापी गई है। 'आवरण-कथाएँ' सामान्यतः दो से आठ-दस पृष्ठों तक की होती है। इन्ही के अन्तर्गत सम्बद्ध विषय की अधिक से अधिक जानकारी देने का प्रयास सम्पादक द्वारा किया जाता है।

इतिहास

'आवरण कथा' प्रकाशित करने का श्रेय किस पत्रिका को है ? यह शोध का विषय है। इस तथ्य से इन्कार नहीं किया जा सकता

हिन्दी-पत्रकारिता में इसका प्रचलन 'लाइफ' और 'टाइम्स' जैसे अमेरीकी पत्रिकाओं की प्रेरणा से हुआ। यह बात अलग है कि हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं का आवरण कथाओं का प्रस्तुतीकरण अपने ढग का है। लेकिन इसकी मूल प्रेरणा पाश्चात्य पत्र-पत्रिकाएँ ही हैं।

'आवरण कथा' को भारतीय समाचार पत्रों में स्थापित करने का श्रेय 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान', 'दिनमान' तथा अंग्रेजी के 'इलस्ट्रेटेड विकली' को ही जाता है। इन्ही पत्रों ने इसे लोक-प्रिय बनाया। 'धर्मयुग', 'रविवार', 'सूर्या', 'अवकाश', 'माया' आदि पत्रिकाओं ने इसे अपनाया।

'आवरण कथा' न कहानी न समाचार

'आवरण-कथा' न तो कहानी है और न समाचार। इन्हें एक ही व्यक्ति ही लिखे यह भी आवश्यक नही। आवरण कथा सम्पादकीय विभाग के एक या से एक अधिक व्यक्ति भी लिखते हैं। इसके अलावा सम्बद्ध विषय के विशेषज्ञों से भी लिखाया जा सकता है। आवरण कथा मे विषय, घटना, चित्र तथा उससे सम्बद्ध प्रायः सभी पहलुओं का विवरण आ जाना चाहिए। कोई भी विषय या पहलू नहीं छूटना चाहिए। कल्पना कीजिए आवरण-कथा 'दहेज' पर लिखी जा रही है, ऐसे में दहेज प्रथा का जन्म, इतिहास, समाज और दहेज, दहेज के दुष्परिणाम, युवक-युवतियो के 'दहेज' के बारे में विचार, सरकार द्वारा दहेज समाप्ति के लिए अब तक किये गये प्रयास, इससे होने वाली समाजिक बुराइयों का आलोचनात्मक व तथ्यात्मक विवरण दिया जाना युक्ति संगत होगा। यह विवरण सही आंकड़ो पर आधारित हो। भाषा संयत व प्रभावशाली हो। पत्रिका के आवरण पृष्ठ पर दहेज से सम्बद्ध दुष्परिणाम या दहेज समाप्ति के लिए किए जा रहे आंदोलन का चित्र दिया जाय तो अनुकूल रहेगा। 'आवरण-कथा' का शीर्षक मोटे अक्षरों में दिया जा सकता है, जिससे आवरण-पृष्ठ सुन्दर लगे।

आवरण कथा का प्रचलन गत एक दशक में खूब रहा है। भारत के हिन्दी-अंग्रेजी व अन्य प्रान्तीय भाषाओं के साप्ताहिक पत्रों ने इसे इस तरह अपनाया है कि आज प्रति सप्ताह किसी न किसी विषय पर आवरण कथाएँ प्रकाशित हो रही हैं। सामान्य पाठक वर्ग जिसे न तो बड़ी-बड़ी पुस्तकें पढने का शौक है और न जिसके पास इसके लिये समय है, पर्याप्त लाभान्वित हुए हैं। पाठक प्रति सप्ताह ऐसी कथाओं की प्रतीक्षा भी करते हैं और इन्हें चाव से पढ़ते हैं।

विषय एवं भाषा

आवरण कथा तो किसी भी विषय को लेकर लिखी जा सकती है, किन्तु ऐसे विषयों पर लिखा जाना अधिक उपयुक्त माना जाता है जिनका सामयिक महत्व हो जिसमें पाठक की रुचि हो। आवरण कथा लेखक न तो शोधकर्ता होता

है न भाषा अधिकारी। अतः इन्हें लिखते समय उसे न तो अपनी विद्वता प्रदर्शित करनी चाहिए और न भाषा का चमत्कार दिखाना चाहिए। सामान्य भाषा में, सरल ढंग से लिखी गई आवरण कथाएँ जनता मे अधिक जन-प्रिय हुई हैं। इन कथाओं मे सबद्ध विषयो के चित्र, छाया चित्र आदि का प्रयोग किया जाना अधिक विषय सगत होगा। इनसे कथाओं का अभिप्राय समझने में सहायता मिलती है।

प्रमुख पत्रिकाएँ

गत वर्षों में हिन्दी मे 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान', 'धर्मयुग', 'रविवार', 'सूर्या', 'अवकाश', अंग्रेजी में 'इलस्ट्रेटेड विकली ग्राफ इण्डिया', 'संडे', और 'इंण्डिया टूडे' (पाक्षिक) आदि पत्रिकाओं ने अनेक उल्लेखनीय आवरण-कथाएँ प्रकाशित की हैं। यों हिन्दी, अंग्रेजी के कुछ मासिक व पाक्षिक पत्र-पत्रिकाओं का भी अच्छी कथाएँ देने का प्रयास रहा है, लेकिन इस दिशा मे अधिकांश साप्ताहिक पत्रों ने सफलता प्राप्त की है।

स्तम्भ लेखन

किसी समाचार-पत्र के लिए जितना महत्त्व समाचार और सूचना का होता है उतना ही महत्त्व स्तम्भो का ही है। अनेक समाचार-पत्रो ने अपने नियमित स्तम्भ अथवा लेखकों के द्वारा ही लोक प्रियता प्राप्त की है। पत्रों में सामयिक समाचारों के अतिरिक्त राजनीति, कृषि, वाणिज्य, उद्योग, फिल्म, खेलकूद, साहित्यिक एवं सांस्कृतिक गतिविधियों आदि से सम्बद्ध सामग्री भी प्रकाशित की जाती है। भिन्न-भिन्न व्यवसाय और रुचियों के पाठक अपने विषय की सामग्री समाचार-पत्र, पत्रिकाओं के एक पृष्ठ या कोने में देखना पसंद करते हैं। पाठकों की इस सुविधा के लिए विभिन्न विषयों के समाचारों और विचारो के कुछ कालम-स्थान भी निश्चित कर दिये गये हैं। इन कालमों को विषय से सम्बद्ध एक निश्चित शीर्षक दे दिया जाता है, जिसे स्तम्भ कहा जाता है।

लगभग सभी समाचार पत्र कुछ स्थान नियमित स्तम्भों के लिये रखते हैं। इन स्तम्भो को चार भागो मे विभक्त किया जा सकता है। प्रथम सम्पादकीय अथवा टिप्पणी, द्वितीय सम सामयिक विषयों पर व्यंग्य, तृतीय स्थानीय, प्रादेशिक, राष्ट्रीय अथवा अंतराष्ट्रीय विषयों पर आलोचनात्मक लेख, चतुर्थ सम्पादक के नाम पत्र। जर्ज फास्स भाट ने अपनी पुस्तक 'न्यू सर्वे ग्राफ जर्नलिज्म' में स्तम्भ लेखन को तीन भागों में विभक्त किया है—(1) सम्पादकीय अथवा अग्रलेख (2) नगर चर्चा तथा अन्य चर्चाएँ (3) हास्य व्यंग्य।

दैनिक समाचार पत्र और साप्ताहिक, पाक्षिक पत्र-पत्रिकाओं के स्तम्भों में कुछ अंतर है। दैनिक पत्रों मे जहाँ (1) सम्पादकीय,(2) हास्य-व्यंग्य, (3) प्रादेशिक, स्थानीय विषय या सामयिक विषयों पर लेख, (4) सम्पादक के नाम पत्र आदि

स्तम्भ नियमित प्रकाशित होते है वहां पत्रिकाओं में अनेक स्तम्भ होते हैं। वे इस प्रकार हैं—

(1) समाचार जगत्	(2) खेल जगत्
(3) व्यापार जगत्	(4) स्वास्थ्य चर्चा
(5) विज्ञान जगत्	(6) कृषि लोक
(7) अर्थ शास्त्र	(8) साहित्य संस्कृति
(9) विदेश वार्ता	(10) महिला जगत्
(11) बाल जगत्	(12) फिल्म लोक
(13) हास्य व्यंग्य	(14) कला संस्कृति समीक्षा
(15) पुस्तक समीक्षा	(16) रेडियो दूरदर्शन समीक्षा
(17) भविष्य फल आदि।	

पत्र-पत्रिकाओं में स्तम्भों का समावेश उसके पृष्ठ और सामग्री पर निर्भर करता है। समाचार-पत्रों के रविवारीय संस्करण में विविध-स्तम्भों का प्रकाशन किया जाता है। दैनिक पत्रों की तुलना में साप्ताहिक, पाक्षिक-पत्रों का स्तम्भ लेखन अधिक परिश्रम साध्य होता है। साप्ताहिक, पाक्षिक पत्रों के लिए ऐसे स्तम्भ और भी आवश्यक होते है, जो प्रतिदिन के समाचार नही दे पाते। ऐसी स्थिति में समीक्षात्मक टिप्पणी देकर इस अभाव की पूर्ति कर लेते हैं।

स्तम्भ लेखक

दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक और मासिक पत्र-पत्रिकाओं के स्तम्भों के लेखक स्थायी होते हैं। ये स्तम्भ लेखक अपने विषय के अधिकारी रहते है और अपने विषय का विशेष अध्ययन करते हैं। साथ ही अपने विषय की नवीनतम बातों से परिचित रहते है और पत्र के पाठकों को परिचित कराते हैं। इन स्तम्भों के लिए पत्र में स्थान सीमित रहता है अतः इन स्तम्भ-लेखकों को उस सीमित स्थान में ही पाठकों को अपने-अपने विषय की नवीनतम जानकारी पहुँचाने का प्रयास करना होता है। वह अपने विषय को सरल भाषा में लिखता है जिससे साधारण पाठक भी उसे हृदयगम कर सके। अपने क्षेत्र-विशेष की घटनाओं की जानकारी के साथ ही उन्हें अपना मतव्य भी इन स्तम्भों में व्यक्त करना पड़ता है।

स्तम्भकार का, पाठक से, स्तम्भ के माध्यम से सीधा सम्बन्ध होता है। प्रत्येक स्तम्भ की अपनी एक शैली होती है। सफल स्तम्भकार के लिए चिन्तन, लेखन की मौलिकता, सृजन प्रतिभा, कल्पना शीलता व अच्छा अनुभव होना चाहिए। उसमें सामग्री पैदा करने की क्षमता होनी चाहिए।

यहाँ पर पत्र-पत्रिकाओं के स्तम्भों का परिचय दिया जा रहा है—

(1) विदेश वार्ता स्तम्भ

इस स्तम्भ में विदेशों से सम्बद्ध विषयों की चर्चा रहती है। भारत का अन्य देशों से राजनीतिक सम्बन्ध कैसे हैं, उनमें क्या प्रगति हुई है और उनका भविष्य में

क्या प्रभाव पड़ने जा रहा है, यह प्रायः इस स्तम्भ में रहता है। कभी-कभी विदेश की किसी विशेष घटना का विवरण भी दिया जाता है। उस घटना का महत्व पाठकों को बताया जाता है।

यह कार्य प्रायः समाचार पत्र के विदेशी संवाददाता या वरिष्ठ पत्रकार करते है। बाहर के व्यक्ति या विशेपज्ञ से लेख लिखाकर देने की परम्परा इस स्तम्भ में नही है। कुछ पत्र फीचर एजेन्सियो की टिप्पणियो से भी अपना काम चला लेते है।

(2) हास्य व्यंग्य स्तम्भ

सम्पादकीय पृष्ठ के प्रति जनता में रुचि पैदा करने के लिए हिन्दी के समाचार-पत्र उसी पृष्ठ पर हास्य-व्यंग्य स्तम्भ प्रकाशित करने लगे है। यह स्तम्भ पाठकों का मनोरंजन करता है। इस स्तम्भ मे ली गई चुटकियाँ पाठक के मन में स्थायी प्रभाव छोड़ती है। इस प्रकार के स्तम्भ मे प्रायः दैनिक घटनाओं की व्यंग्यपूर्ण चर्चा रहती है। उसमें राजनीतिक चर्चा के साथ साहित्यिक पुट भी रहता है। हास्य भी इस स्तम्भ में शिष्टतापूर्ण रहता है। स्तम्भकार को अपने स्तम्भ की गरिमा बनाये रखनी पड़ती है।

इस प्रकार के स्तम्भों का लेखन आसान नहीं है। फिर प्रतिदिन लिखना तो और भी कठिन होता है। प्रायः इस स्तम्भ का लेखक सम्पादकीय विभाग का एक वरिष्ठ सदस्य ही होता है। कुछ समाचार-पत्र इस स्तम्भ को अन्य व्यंग्य-लेखको से भी लिखाते हैं। 'हिन्दुस्तान' में यत्र तत्र सर्वत्र, 'नव भारत टाइम्स' में कुल्हड़ में हुल्लड़, 'राजस्थान पत्रिका' में बात करामात आदि इसकी लोकप्रियता के प्रमाण है।

(3) सम्पादक के नाम स्तम्भ

यह सम्पादकीय पृष्ठ का सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण स्तम्भ होता है। प्रायः प्रत्येक समाचार पत्र पत्रिकाएँ इस स्तम्भ के नाम अलग-अलग रखे हुए हैं। 'दैनिक हिन्दुस्तान' में लोकवाणी, 'नव भारत टाइम्स' में नजर अपनी-अपनी, 'आज' मे सम्पादक के नाम पत्र, 'नई दुनियाँ' में पत्र सम्पादक के नाम, 'राजस्थान पत्रिका' में लोकमत, 'पंजाब केसरी' मे आपके पत्र, 'जागरण' में जनवाणी, 'रविवार' में खुला मंच, 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान' में पत्र मिला, धन्यवाद आदि शीर्षक से प्रकाशित होता है। इन सबका अभिप्राय एक ही है। यह स्तम्भ जनता के विचारों का प्रतिनिधित्व करता है। जनता के द्वारा लिखे गये सम्पादक के नाम ये छोटे-छोटे पत्र एक तरह से जनता के सम्पादकीय होते हैं। यह स्तम्भ एक खुला जनमंच होता है, जो लोकतन्त्र का सबसे बढ़िया माध्यम है। इस स्तम्भ में पत्र लेखक अपने मन की बात कह सकता है।

(4) स्वास्थ्य चर्चा स्तम्भ

इस स्तम्भ मे प्रायः किसी रोग विशेष की सामयिक चर्चा की जाती है। बदलती ऋतुओ के अनुसार कुछ विशेष रोग ऋतु विशेष में होते हैं। इन स्तम्भों में इन रोगों की चर्चा करते हुए इनसे बचने के उपाय तथा औषधियों का वर्णन रहता है। इस स्तम्भ को लिखने वाले विशिष्ट चिकित्सक होते हैं। समाचार पत्र का उप सम्पादक इन पत्रों को एकत्रित कर चिकित्सक तक पहुचाता है। पत्र के उत्तर मे जो सामग्री आती है, उपसम्पादक सम्पादन करके उसे प्रेस मे भेजता है। ये चिकित्सक पाठकों के पत्र के उत्तर स्वतन्त्र रूप से भी देते हैं।

(5) भविष्यफल

दैनिक समाचार पत्रों मे दैनिक पचाग और सक्षिप्त राशिफल प्रतिदिन प्रकाशित होता है। यह स्तम्भ भी लोकप्रिय स्तम्भ है, अनेक पाठक समाचार पत्र में अपना भविष्यफल देखते हैं। एक सप्ताह का भविष्यफल प्रायः रविवारीय परिशिष्ट में दिया जाता है जो अपेक्षाकृत बड़ा होता है। सूर्य ग्रहण, चन्द्र ग्रहण या अन्य अवसरों पर ज्योतिषी कुछ फीचर भी बना दिया करते हैं। सम्पादकीय विभाग का उपसम्पादक फीचर मे भाषागत सुधार करके प्रेस मे भेज देते हैं।

(6) विज्ञान जगत्

विज्ञान स्तम्भ मे विज्ञान सम्बन्धी गतिविधियों का वर्णन रहता है। यह स्तम्भ प्रायः कोई विज्ञानदाता उपसम्पादक ही लिखता है। कुछ समाचार-पत्र पत्रिकाएं किसी विशिष्ट वैज्ञानिकों से यह स्तम्भ लिखवाते हैं। फीचर एजेन्सी से सामग्री प्राप्त कर उसका पुनर्लेखन भी कराया जा सकता है। इस स्तम्भ की रचनाएं सरल, रोचक और सचित्र होनी चाहिए। भाषा सरल व पृष्ठ का ले-आउट दर्शनीय हो।

(7) कृषि जगत्

इस स्तम्भ में कृषि के क्षेत्र की वैज्ञानिक या आर्थिक दृष्टि से चर्चा रहती है। यह स्तम्भ भी समाचार-पत्र का वह उपसम्पादक लिखता है जिसे कृषि का अच्छा ज्ञान है। कृषि जगत् में कृषि के साथ-साथ ग्राम जीवन की भी चर्चा रहती है। कृषि क्षेत्र में अन्य सम्बन्धित अन्य विशेषज्ञों के लेख भी इस स्तम्भ में दिये जाते हैं। कृषि जगत् सम्बन्धी समाचारों के अतिरिक्त किसानो के काम की बातें भी इस स्तम्भ में रहती हैं। प्रायः कृषि के विज्ञान पक्ष या ग्राम-टेक्नालाजी का प्रयोग इस स्तम्भ में रहता है। 'नई दुनियाँ' में खेत और खलिहान और 'नव भारत टाइम्स' में धरती और किसान स्तम्भ प्रकाशित होता है।

(8) आर्थिक जगत्

इस स्तम्भ में देश की आर्थिक स्थिति, औद्योगिक या कृषि उत्पादन,

आयोजना, बढ़ती हुई महंगाई, रोजगार, बैंकिंग, वित्तीय समस्यायें, विदेशी व्यापार, विकास शक्ति एवं विकसित देशों के आर्थिक सम्बन्ध आदि सामयिक प्रश्नों पर चर्चा की जाती है। समाचार-पत्र का ही एक व्यक्ति प्रायः इस स्तम्भ को लिखता है। बाहर के विशेषज्ञों के लेख भी इस स्तम्भ में दिये जा सकते हैं।

(9) फिल्म जगत्

इस स्तम्भ में नगर में प्रदर्शित नई फिल्मों की या आने वाली फिल्मों की समीक्षा रहती है। इसे प्रायः कार्यालय का ही कोई व्यक्ति लिखता है। यह आवश्यक है कि वह व्यक्ति सिनेमा के इतिहास अभिनय, कलाकारों तथा संगीत आदि के सम्बन्ध में अच्छी जानकारी रखता हो। सुप्रसिद्ध फिल्म समीक्षकों से भी यह स्तम्भ लिखाया जाता है। फिल्म समीक्षा के अतिरिक्त फिल्म जगत् की गतिविधियों की चर्चा, साक्षात्कार, नई फिल्मों की कहानियों के अंश, परिचयात्मक आलेख, व्यक्तिगत समाचार भी इस स्तम्भ में दिये जा सकते हैं।

फिल्म समीक्षा करते समय फिल्म की समीक्षा निष्पक्ष की जानी चाहिए क्योंकि पाठक इसी समीक्षा को पढ़कर फिल्म के सम्बन्ध में अपनी राय बनाता है। समीक्षा करते समय समीक्षक को फिल्म उद्योग, अभिनय, कला पक्ष व संगीत पक्ष आदि पर भी अपने विचार प्रगट करते रहना चाहिए जिससे पाठकों को इन पक्षों का भी ज्ञान होता रहता है। कुछ पत्र-पत्रिकाएँ फिल्म-स्तम्भकार के नाम आये पत्रों के भी उत्तर देते हैं।

(10) वाणिज्य जगत्

हिन्दी में वाणिज्य व्यवसाय के समाचार को प्रमुखता के साथ छापने का श्री गणेश कलकत्ता के दैनिक 'विश्वमित्र' ने किया। कालान्तर में अन्य समाचार पत्रों ने भी इसे अपना लिया। आज अधिकांश प्रमुख हिन्दी दैनिकों में वाणिज्य व्यवसाय का एक पृष्ठ रहता है। इस पृष्ठ पर शेयर, जिंस सराफा आदि के बाजार भाव प्रकाशित होते हैं। इस स्तम्भ को सम्पादकीय विभाग का वाणिज्य सम्पादक ही लिखता है।

वाणिज्य सम्पादक को अपना काम बड़ी तेजी और कुशलता एवं निष्पक्षता से करना होता है। वह यह निश्चित करता है कि कौन-कौन से बाजारों के भाव दिये जायें, किन-किन शेयरों के भाव रहें। यह कार्य उत्तरदायित्वपूर्ण है क्योंकि वाणिज्य समाचारों से व्यापारी वर्ग प्रभावित होता है और व्यापारी वर्ग के कार्यों से समाज प्रभावित होता है।

(11) खेल जगत्

आज प्रमुख हिन्दी समाचार पत्रों में खेलों के लिए लगभग एक पृष्ठ रहता है। सम्पादकीय विभाग का व्यक्ति इस स्तम्भ को लिखता है। यह खेल सम्पादक

या खेल संवाददाता सभी खेलों की अच्छी जानकारी रखता है। वह खेलों के नियमित समाचार देता है।

इस स्तम्भ में खेल समाचार के अतिरिक्त खेलों के स्तर, खेल की स्थिति, टीम का चयन, खेल में हार-जीत पर टीका-टिप्पणी रहती है। खेल समाचार दो प्रकार से दिये जाते है। एक तो समाचार पत्रों से आये समाचारों का अनुवाद करके, दूसरा स्वयं खेल के क्षेत्र में देखकर भेजा गया समाचार। खेल समीक्षक जब स्वयं खेल देखकर समाचार लिखता है तो वह मैच पर अपने अनुभव के आधार पर टिप्पणी देता है।

खेल स्तम्भ की सामग्री की जरूरत फीचर एजेन्सी से पूरी करनी हो तो उनका पुनर्लेखन करना चाहिए। रोचक छोटे-छोटे समाचारो को बाक्स में देना भी पाठकों को आकर्षित करेगा।

(12) आकाशवाणी, दूर-दर्शन समीक्षा

इस स्तम्भ में आकाशवाणी एवं दूरदर्शन के विविध कार्यों की समीक्षा की जाती है। इससे अच्छे कार्यों की प्रशंसा और स्तरहीन कार्यक्रमों की आलोचना रहती है। इस स्तम्भ में प्रचार-साधनों के अधिक उपयोगी प्रयोग के लिए सुझाव भी रहते है। इन सुझावों से कार्यक्रम सुधारने का अवसर मिलता है। यह स्तम्भ सम्पादकीय विभाग का कोई सदस्य लिखता है। आकाशवाणी एवं दूरदर्शन के सुप्रसिद्ध लेखकों से भी इस संदर्भ में लेख लिखाये जाते हैं।

(13) महिला जगत्

यह स्तम्भ समाचार-पत्र के रविवारीय संस्करण में रहता है। सम्पादकीय विभाग की महिला उपसम्पादक इस स्तम्भ का सम्पादन करती है। इस स्तम्भ में प्रायः बाहर के लोगों से ही लिखाया जाता है। इस स्तम्भ में गृह सज्जा, पाक-विज्ञान, सौन्दर्य-प्रसाधनों, दाम्पत्य सम्बन्धों, बच्चों के पालन-पोषण, सिलाई-कढ़ाई, महिलाओं की सामाजिक स्थिति, नौकर-पेशा महिलाओं की समस्याएँ, सामाजिक एवं राजनीतिक क्षेत्रों में कार्यरत सुप्रसिद्ध महिलाओं से भेंटवार्ता आदि विषयों का समावेश रहता है। कुछ समाचार-पत्र इस स्तम्भ के लिए एक पृष्ठ देते हैं।

(14) बाल जगत्

'बाल स्तम्भ' बालकों में ही नहीं बड़े व्यक्तियों में लोकप्रिय है। हर व्यक्ति बालक से बड़ा होता है, फिर भी अधिकांश लोगों में बालवत्वृत्ति पाई जाती है। अतः बाल-जगत् में प्रकाशित सामग्री प्रायः बड़े भी पढ़ते है। इस स्तम्भ में कहानियाँ, कविताएँ, चुटकुले, कार्टून, चित्र-कथाएँ, रोचक खबरें, पहेलियाँ, ज्ञान वर्द्धक सामग्री आदि प्रकाशित की जाती हैं।

यह स्तम्भ प्रायः रविवारीय संस्करणों में ही होता है। इसके लेखक प्रायः बड़े ही होते हैं। स्वयं बालकों की लिखी सामग्री तो कम ही होती है। बाल लेखन के लिए भाषा का सरल होना आवश्यक है। यह कार्य सामान्य लेखन की अपेक्षा

कठिन है। अतः इसे सम्पादकीय विभाग के वरिष्ठ सदस्य या अच्छे बाल-साहित्य के रचयिता से कराया जाता है।

(15) साहित्य-संस्कृति स्तम्भ

इस स्तम्भ में साहित्य एवं सांस्कृतिक जगत् की गतिविधियों का लेखा-जोखा प्रस्तुत किया जाता है। बाहर के आलोचकों, विद्वानों, विषय विशेषज्ञों की रचनाओं को इस स्तम्भ में स्थान दिया जाता है। नये-नये प्रकाशनों की चर्चा, पुस्तक समीक्षा भी इसी स्तम्भ में रहती है। सुप्रसिद्ध लेखक, कवि, समीक्षक, अभिनेता, कलाकार, कृतियाँ तथा साहित्यिक विचार धाराएँ आदि से सम्बद्ध विषयों पर इसमें लेख प्रकाशित किये जाते हैं। फीचर भी इस स्तम्भ में छापा जाता है। 'फीचर' पत्रकारिता के क्षेत्र में अन्य लोकप्रिय हो रहे हैं।

(16) कला समीक्षा

यह स्तम्भ प्रायः रविवारीय संस्करण में प्रकाशित होता है। इसमें कला प्रदर्शनियों या सांस्कृतिक कार्यक्रमों के समाचार जैसे—नाटक, संगीत, पेंटिंग, नृत्य तथा नगर में आयोजित होने वाले विविध सांस्कृतिक कार्यक्रमों के समाचार रहते हैं। इस स्तम्भ का लेखक कुछ समाचार-पत्रों में सम्पादकीय विभाग का व्यक्ति होता है। कुछ पत्र-पत्रिकाओं के स्वतन्त्र कला समीक्षक होते हैं जो इस क्षेत्र के अधिकारी होते हैं।

कला-समीक्षा स्तम्भ के माध्यम से कलाकार को चर्चित होने का अवसर मिलता है। चर्चा से ही कलाकार की लोकप्रियता बढ़ती है। अतः इस स्तम्भ लेखक पर कला जगत् की गतिविधियों से पाठकों को परिचित कराने, कलाकारों को चर्चित कराने और उन्हें प्रतिष्ठित कराने का उत्तरदायित्व रहता है।

(17) पुस्तक समीक्षा

यह स्तम्भ रविवारीय संस्करण में रहता है। इस स्तम्भ में नये-नये प्रकाशनों की चर्चा रहती है। कभी-कभी महत्त्वपूर्ण पुस्तक पर एक समीक्षात्मक लेख भी दे दिया जाता है। पुस्तक-समीक्षा पत्र-पत्रिकाओं की समीक्षा की अपेक्षा अधिक सावधानी चाहती है। समाचार-पत्रों का प्रभाव अल्प-कालिक और पुस्तकों का स्थायी रहता है। पुस्तकें पीढ़ियों तक पढ़ी जाती हैं। इसलिए उनकी समीक्षा सोच-समझकर करनी चाहिए।

पुस्तकों की समीक्षा विषय के अधिकारी से कराई जाती है। कभी-कभी सम्पादकीय विभाग का वरिष्ठ व्यक्ति भी पुस्तक-समीक्षा करते हैं।

साहित्य सम्पादक (रविवारीय संस्करण)

प्रत्येक समाचार-पत्र में रविवारीय संस्करण होता है। रविवार को पाठकों का भी प्रायः अवकाश रहता है। इसलिए इस दिन समाचार-पत्र चार पृथक् सामग्री देते हैं। इन पृष्ठों में सामयिक लेख, राजनीतिक लेख, हि

कहानी, कविताएँ, बाल मण्डल, महिला जगत्, साप्ताहिक भविष्य फल, हास्य-व्यंग्य प्रधान लेख, फिल्म-समीक्षा, खेल-जगत् आदि सामग्री रहती है। इसके अतिरिक्त विशेष पर्वों, त्योहारों पर पत्र के विशेष सामग्री से युक्त परिशिष्ट आदि भी प्रकाशित किये जाते हैं। इन सबका सम्पादन पृथक् साहित्य सम्पादक के स्तर पर होता है और वह सम्पादक के अधीन कार्य करता है।

साहित्य सम्पादक का कार्य एक प्रकार से साप्ताहिक पत्रिका के सम्पादन का ही लघु संस्करण होता है। समाचार पत्रों में लेखादि आते ही रहते हैं। केवल उनमें से चयन करके, सम्पादन करके, ब्लाक बनाकर छाप देना ही इस साहित्य सम्पादक का कार्य नहीं होता। उसे अपने पत्र की नीति एवं स्तर के अनुसार समय-समय पर विशेष सामग्री तैयार करनी पड़ती है। एक अच्छे साहित्य-सम्पादक को निम्न बातों पर ध्यान देना आवश्यक है—(1) अंक योजना, (2) सामग्री संकलन, (3) चयन व सम्पादन, (4) प्रस्तुतीकरण, (5) सज्जा, (6) अध्ययन।

दैनिक पत्रों में अधिकांश सामग्री सामान्य रूप से लेखकों से डाक द्वारा आती रहती है। कुछ सामग्री उसे उपयुक्त लेखकों से अनुरोध करके भी प्राप्त करनी होती है। इस कार्य के लिए सम्पादक से भेंट कर कई सप्ताह पूर्व ही आगामी अंक की योजना बनानी होती है, उसके अनुसार सामग्री प्राप्त करनी होती है और सम्पादन करके साज-सज्जा एवं संयोजन के साथ प्रस्तुत करनी होती है।

साहित्य सामग्री के सम्पादन के समय उसे भाषा, वाक्य, रचना शैली आदि पर ध्यान देना होता है। शब्दों की वर्तनी, कारकों के प्रयोग, विराम-चिन्ह आदि अपने पत्र की सामान्य नीति के अनुसार करने होते हैं। लेख की लम्बाई भी स्थान के अनुपात में करनी होती है। लेख के मध्य में छोटे-छोटे सुन्दर व प्रभावपूर्ण उप शीर्षक देने होते हैं। आवश्यकता पड़ने पर चित्र, रेखा चित्र आदि प्राप्त करने होते हैं। यह सब सामग्री चयन करके सम्पादक से उसकी स्वीकृति लेकर वह प्रकाशन की व्यवस्था करता है। जिस प्रकार मुख्य उपसम्पादक अपने संस्करण की 'डमी' के अनुसार 'मेकअप' करवाता है, उसी प्रकार साहित्य सम्पादक इन सब सामग्री का संयोजन करता है।

साहित्य सम्पादक को लेखकों, साहित्यकारों, छविकारों आदि सभी से सम्पर्क रखता है। उसे पत्र की साज-सज्जा का भी अनुभव होना चाहिये। इस प्रकार साहित्य सम्पादक अपना साहित्य परिशिष्ट या रविवारीय संस्करण शनिवार को पहले डाक संस्करण से पूर्व ही छपाकर तैयार कर लेता है ताकि डाक संस्करण के साथ ही साप्ताहिक संस्करण पाठकों के हाथों में पहुँच सके।

8

प्रेस-फोटोग्राफी

फोटोग्राफी दो शब्द फोटो ग्राफी के मेल से बना है। ग्रीक भाषा में 'फोटोज' का अर्थ है प्रकाश और ग्राफी का अर्थ है चित्रित करना। अर्थात् प्रकाश के माध्यम से जो भी चित्रित किया जाये फोटोग्राफी कहलाता है। फोटोग्राफी कला भी है और विज्ञान भी। आधुनिक युग में मानव जीवन के विभिन्न कार्यकलापों मे फोटोग्राफी अपना महत्त्वपूर्ण स्थान रखती है। कला, विज्ञान, उद्योग, चिकित्सा, शिक्षा, मनोरंजन, ज्योतिष, अन्तरिक्ष ज्ञान, अनुसंधान, जन सम्पर्क, अपराध, मुद्रण आदि के साथ ही पत्रकारिता के क्षेत्र में इसका महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है। फोटोग्राफी की उपयोगिता दिन प्रतिदिन बढ़ती जा रही है। फोटो-पत्रकार के लिए कैमरा एक नोट बुक (डायरी) है, जो घटनाओं का रेकार्ड रखता है।

दैनिक समाचार पत्रों में घटनाओं को विश्वसनीय, प्रभावशाली बनाने की दृष्टि से फोटो-पत्रकारिता की आवश्यकता अनुभव की गई। वास्तव में कैमरा एक ऐसा माध्यम है जो प्रतिदिन होने वाली घटनाओं, दुर्घटनाओं आदि का वास्तविक रूप अंकित करता है और फोटोग्राफर उन घटनाओं का गवाह होता है। वह इस बात की साक्षी देता है कि जो समाचार-पत्र में दिया गया है वह कौन सी परिस्थितियों में घटा। समाचार-पाठकों ने घटनाओं की प्रामाणिकता व पुष्टि के लिए फोटो-पत्रकारिता को महत्त्वपूर्ण व विश्वसनीय माना और धीरे-धीरे समाचार पत्रों में इसे स्थान मिलने लगा। परिणामस्वरूप छायांकन सिंडीकेट का जन्म हुआ। इस दिशा में अमेरीकन प्रेस ने पहल की। 20वी शताब्दी के दूसरे दशक में 'न्यूयार्क टाइम्स' के वाइलड वर्ल्ड, इन्टरनेशनल इंटर नेशनल न्यूज फोटोज, ए. सी. एम. ई. यू. पी. आदि ने छायांकन सिंडीकेट का श्री गणेश किया। एसोसिएटेड प्रेस ने 1935 में समाचार सेवा प्रारम्भ की थी, 1926 में उसने फोटो सेवा प्रारम्भ कर दी। वर्तमान मे रंगीन और सादे दोनों तरह के फोटो के लिए तार एवं रेडियों के माध्यम उपलब्ध है। भारत मे रंगीन फोटो-सेवा अभी प्रारम्भ होनी है।

फोटो-पत्रकारिता उद्भव-विकास

फोटो के माध्यम से समाचार प्रसारण का श्री गणेश सर्वप्रथम 1842 में 'इलेस्ट्रेटेड लन्दन न्यूज' ने किया। कालान्तर में अमेरीका से अनेक सचित्र समाचार-पत्र और पत्रिकाएं प्रकाशित हुई। विलियम हेनरी फाक्स ने 1839 में नेगेटिव

'पाजेटिव' बनाने की फोटो प्रक्रिया का आविष्कार कर दिया था। जिससे समाचार-पत्रों में फोटो छापना सम्भव हो चला था। फोटो को ज्यों का त्यों छापने के लिए 'हाफटोन' प्रक्रिया बाद में प्रचलित हुई।

हेनरी जे. न्यूटन का सुप्रसिद्ध छाया चित्र 'झोंपड़ियों का शहर' 4 मार्च, 1880 के न्यूयार्क ग्राफिक में प्रकाशित हुआ। लेकिन फोटो-पत्रकारिता का सही मूल्यांकन अमेरिका-स्पेन युद्ध, प्रथम विश्व युद्ध तथा स्पेन के ग्रह युद्धों के दिनों में मिला। मेथ्यू ब्राडी, जिमी हेयर, जे. सी. हैमट और राबर्ट कापा जैसे साहसी फोटोग्राफरों ने उल्लेखनीय कार्य किए। उन्होंने विश्व युद्ध के अत्यन्त रोचक फोटो-विवरण प्रस्तुत किये हैं जो आने वाली पीढ़ियों के लिए सदैव प्रेरणादायक रहेंगे।

सन् 1930 के लगभग फोटो पत्रकारिता को कुछ बदनामी भी मिली। समाचार पत्रों में जोड़-तोड़कर कुछ ऐसे कृत्रिम 'कम्पोजिट' फोटो छापे गये जिनसे फोटो-पत्रकारिता बदनाम हुई। 'डेली टेलीग्राफ, 'डेली मिरर' और 'डेली न्यूज' आदि पत्रों ने जाली चित्र प्रकाशित किये थे।

एक समय वह था जब समाचार-पत्र बहुत कम फोटो छापते थे। उस समय फोटो प्राप्त करना कठिन था और उससे भी अधिक कठिन था उन्हें जल्दी तैयार करना। इस कार्य में तब पैसा भी अधिक व्यय होता था। आज फोटो प्राप्त करना सरल कार्य है। महानगरों में प्रेस फोटोग्राफर फोटो सेवा के लिए सदैव तत्पर रहते हैं। सरकार के जन-सम्पर्क विभाग अपने व्यय पर फोटो तैयार करके समाचार-पत्रों को भेजते हैं। आज फोटो का ब्लाक बनवाना पहले जैसा कठिन कार्य नहीं रहा। बड़े-बड़े समाचार-पत्र अपने फोटोग्राफर रखते हैं। देश विदेशों से रेडियो, टी. वी. द्वारा फोटो पाने की व्यवस्था भी है। प्रेस में भी फोटो के ब्लाक बनाने के लिए अलग विभाग होता है और जो शीघ्र ही ब्लाक तैयार कर देता है। यदि समाचार-पत्र के कार्यालय में उक्त व्यवस्था नहीं है तो बाहर से चित्र लेकर अन्यत्र ब्लाक बनाया जा सकता है।

फोटोग्राफी का महत्व

फोटो-पत्रकारिता समाचार अथवा घटना की प्रामाणिकता, विश्वसनीयता पर बल देती है। आज का पाठक शायद ही इस बात का विश्वास करे कि मात्र एक फोटो ने अब्राहम लिंकन को 1860 में राष्ट्रपति का चुनाव जीतने में अद्भुत सहयोग दिया था। यह फोटो स्वयं लिंकन का था, जिसे मेथ्यू ब्राडी ने खींचा था। विरोधी दलों ने लिंकन के उस बारे में इस बात का प्रचार-प्रसार किया था कि लिंकन एक गवार, जंगली और कुरूप व्यक्ति है। अकेले ब्राडी के उस चित्र ने लिंकन के विरुद्ध इस तरह के प्रचार का करारा जवाब दिया।

एक ऐसा ही दूसरा उदाहरण ऐसे फोटो का है जिसमें अमरीका के सीनेटर मिलार्ड टार्यडिंग को कम्युनिस्ट नेता अर्ल ब्राउठर के साथ मैत्रीपूर्ण वार्तालाप करते हुए दिखाये गये थे। वास्तव में यह एक कम्पोजिट चित्र था जिसका तब बहुत प्रचार किया गया था। परिणाम यह हुआ कि मिलर्ड टार्यडिंग चुनाव में हार गये।

आज विश्व मे फोटो-पत्रकार महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहा है। पत्रकारिता में फोटो-पत्रकार के महत्त्व का प्रतिपादन करते हुए अमरीका के भूतपूर्व राष्ट्रपति आइजन हावर ने कहा था "सब राष्ट्रों की जनता के बीच मेल-मिलाप उत्पन्न करने मे फोटो पत्रकार को बहुत बडी देन होती है। दुनियाँ की समस्त भाषाओं में फोटो समाचारों की भाषा सबसे ज्यादा सरल होती है। आज के युग मे जबकि अगणित मनुष्यों पर अत्याचार हो रहे तथा कई देशो मे व्यक्तिगत स्वतन्त्रता नष्ट हो रही है, चित्र व्यक्ति की स्वतन्त्रता को बरकरार रखते है।"

हिन्दी के प्रसिद्ध पत्रकार श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी ने फोटो-पत्रकारिता के महत्त्व व मूल्यांकन को इन शब्दों में व्यक्त किया है "चित्र मस्तिष्क पर सीधा प्रभाव डालता है। भाषा और राष्ट्रीयता उसकी गति मे बाधक नही हो सकते। चित्र के द्वारा अपनी बात दूसरो को समझाने की मानवीय वृत्ति बहुत पुरानी है। मोहन जोदड़ो की मुहरों पर हमें अनेक घटनाओं के चित्रांकन मिलते हैं। वही आदिम चित्र-पत्रकारिता थी।"[1]

किसी भी मूल्य पर एक फोटो-पत्रकार को झूठे चित्र तो तैयार करना चाहिए और न देना चाहिये। इससे सामाजिक तथा राजनीतिक समस्यायें पैदा होती है और समाज तथा राष्ट्र को हानि होने की संभावना रहती है। सुप्रसिद्ध फोटो-पत्रकार श्री रविव्रत वेदी ने इस संदर्भ में लिखा है—"ऐसे अनेक राजनीतिक एवं सामाजिक मौके आते रहते है जब फोटो-पत्रकार को देश तथा मानवता के प्रति जिम्मेदारी निभाते हुए अपने अनेक चित्रों का मोह छोड़ना पड़ता है। इसका यह अर्थ नही कि आप सामाजिक बुराइयों से न लड़े। मनुष्य को चाहिये कि जहाँ तक संभव हो वह अपने चित्रों द्वारा समाज तथा मानवता की सहायता करें।"[2]

फोटो समाचार सेवा का संवाहक

फोटो पत्रकार एक संवाददाता की भांति ही निष्पक्ष रिपोर्टिंग करने वाला और समाचार सेवाओं का संवाहक होता है। किसी भी समाचार पत्र में उसकी सेवाओं का महत्त्व कम नही होता। अनेक बार वह समाज का शुभ चिन्तक सिद्ध होता। श्री रविव्रत वेदी ने इस संदर्भ मे एक संस्मरण का उल्लेख करते हुए लिखा है

---

1. समाचार सम्पादन, पृष्ठ 145.
2. हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम—डॉ. वेद प्रताप वैदिक पृष्ठ 5

"मैं ने बर्फ के कारखानो में व्याप्त गंदगी तथा खाद्य विभाग के अधिकारियों की ढील पर एक कैमरे से चोट की। एक दिन मै एक बर्फ के कारखाने के सामने यह जानने के लिये रुक गया कि वहाँ हलचल क्यों हो रही है ? मुझे पता चला कि कारखाने ने बर्फ की एक सिल्ली बेची है जिसके बीच मे एक बड़ा चूहा जम गया था और कोई व्यक्ति उस सिल्ली को नगर पालिका कार्यालय ले गया है। अव्यवस्थित यातायात की भीड़-भाड़ मे दो-तीन मील चलकर सिल्ली को नष्ट न किए जाने के कुछ ही मिनट पहले मैं नगर पालिका के स्वास्थ्य विभाग में पहुँचा और उस सिल्ली का चित्र लेने में सफल हो गया। चित्र समाचार पत्र के प्रथम पृष्ठ पर प्रकाशित हुआ। इससे हमारे कार्यालय मे इतने टेलीफोन आये कि हमे आश्चर्य हुआ। उस चित्र ने हजारों लोगों के रोंगटे खड़े कर दिये। स्वास्थ्य विभाग की लापरवाही, जहाँ तक मुझे पता है, कुछ दिनों के लिए कम हो गई।"[1]

निर्णयात्मक क्षण ग्रहण करने की क्षमता

फोटो-पत्रकारिता में केवल कैमरे का महत्व नहीं है, कैमरे के पीछे खड़े व्यक्ति का भी महत्व है। फोटो-पत्रकार का प्रशिक्षित होना जरूरी है। उसे मालूम होना चाहिए कि वह किस कोण तथा किस दृष्टि से किस कैमरे की फिल्म का उपयोग करे। उसमे सही तथा निर्णयात्मक क्षण को पकड़ने की क्षमता होनी चाहिये। समाचार-संग्राहक की तरह फोटो पत्रकार का पूर्वानुमान सबसे महत्वपूर्ण होता है। यदि वह निश्चित तथा निर्णयात्मक क्षणों का पूर्वानुमान नहीं लगा पाता तो वह बेजान मशीनी चित्र ही प्रदान करेगा, उससे अधिक कुछ नहीं।

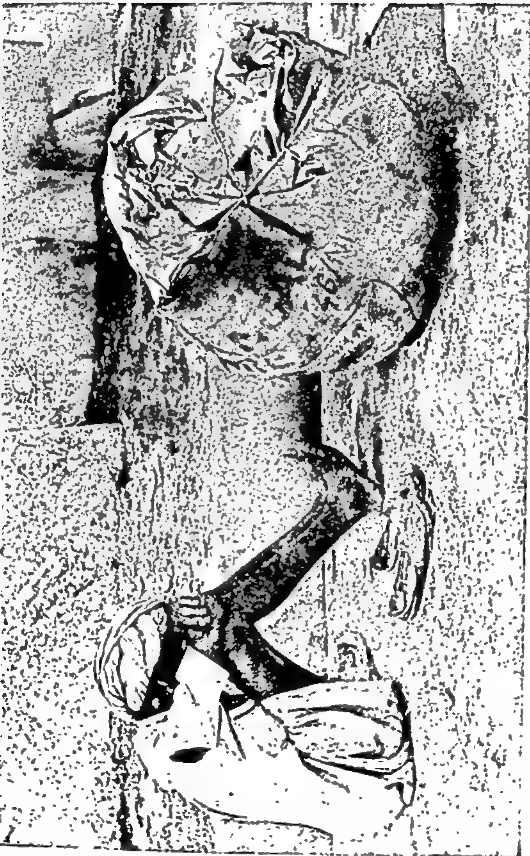
एक अच्छा फोटोग्राफर केवल बटन दबाने वाला नहीं होता। वह जो दृश्य या घटना अपने कैमरे मे रिकार्ड करता है, वह हजारों-लाखों पाठकों के लिए होता है। अत: उसे दूर दृष्टि, सूझबूझ, कुशल कलाकारों की भांति कार्य करना पड़ता है। आपके पास आधुनिक और मूल्यवान कैमरा हो लेकिन आपकी आंख पैनी, जीवन्त और मार्मिक दृश्यों को पकड़ने में असक्षम हैं तो आप एक फोटो-ग्राफर शायद बन जाएँ लेकिन उच्चकोटि के फोटो-पत्रकार नहीं बन सकते।

आत्म विश्वास और सूझबूझ

फोटो-पत्रकार में आत्म विश्वास और सूझबूझ होना आवश्यक है। उसे घटना-स्थल पर समय से पूर्व ही पहुँचकर अपना स्थान बना लेना चाहिये। इस कार्य में उसकी सूझबूझ और आत्म विश्वास बहुत काम आते हैं। अनेक अवसरों पर भीड़-भाड़, नियन्त्रण आदि के कारण उसे कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। कुछ स्थलों पर गोली बारी, पत्थर बाजी या आंसू गैस का प्रयोग होता है, ऐसे समय

---

1. हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम, डॉ. वेद प्रताप वैदिक पृ. 544.



र का आत्म बल, साहस, सूझबूझ ही उसके काम आता है। गोपनीय
ी उसे जोखिम भी उठानी पड़ती है।
पत्रकार को अपना कार्य बिना प्रदर्शन के चुपचाप करना चाहिए।
नि के प्रदर्शन से वास्तविक स्थिति और खराब हो सकती है। अनेक बार
, आन्दोलनकारियों को कुछ फोटो-पत्रकार अपने फोटो को स्वाभाविक व
के लिए उकसाते रहते है। यह कार्य सर्वथा अनुचित है। फोटो-पत्रकार
स्वाभाविक मुद्राओं की तलाश में रहना पड़ता है। ऐसी कृत्रिम मुद्राएँ
नही आ सकती। ऐसा करने वाले अपने हाथ से अवसर खो देते हैं।

प्रासंगिकता

फोटो पत्रकारिता का महत्त्वपूर्ण तत्व गति तथा प्रासगिकता है। एक फोटो
सुन्दर क्यों न हो, समाचार पत्र के लिए वह व्यर्थ है, यदि उसमे प्रासगि-
अभाव हो। फोटो-पत्रकार को गति के लिए स्वयं को प्रशिक्षित करना पडता
कभी शीघ्रता मे अच्छे चित्र भी छोड़ने पड़ते हैं। फोटो-पत्रकार मे धीरे-धीरे
द्वन्दियों से आगे निकलने की प्रवृत्ति स्वयं ही विकसित हो जाती है। यदि
ो को शीघ्रातिशीघ्र भेजने और उसके अनुसार सग्रह की कला को विकसित
स्वयं को प्रशिक्षित कर लेता है तो यह प्रवृत्ति बड़े काम की सिद्ध होती
टो-पत्रकार के लिये यह आवश्यक है कि वह प्रत्येक स्थानों पर अपने सम्पर्क
.त रखे। लोगो से सम्बन्ध तथा सम्पर्क बनाये बिना वे कभी भी एक सफल
पत्रकार नही बन सकते।

ीय दृष्टिकोण

फोटो-पत्रकार का दृष्टिकोण सदैव मानवीय होना चाहिए। उसे अपने फोटो
लिए नाटकीयता या विशेष व्यवस्था का सहारा नही लेना चाहिए, लेकिन जो कुछ
किया जाए वह समाज के हित में हो। फोटो पत्रकार को वीभत्स चित्र, शोका-
प चित्र, अश्लील चित्र नही देने चाहिए। उसे किसी भी मूल्य पर झूठे चित्र नही
ने चाहिए। ऐसे चित्र भी प्रकाशित होने के लिए नही देने चाहिए जो सामाजिक
या राजनीतिक समास्याएँ पैदा करने मे सहायक हो।

समाचार सम्पादक से समन्वय

फोटो-पत्रकार और पत्र के समाचार सम्पादक मे समन्वय आवश्यक है। अनेक
बड़े-बड़े समाचार पत्रो में चित्र–सम्पादक के पद होते है जो समाचार सम्पादन
विभाग से सम्पर्क रखते हैं। हमारे यहाँ इस दिशा में विशेष प्रगति नही हुई है। समा-
चार सम्पादक और फोटो-पत्रकार मे अपेक्षित तालमेल नही पाया जाता। फोटो
पत्रकार जिस चित्र को समाचार पत्र के लिए अनुकूल समझता है, वहाँ समाचार

सम्पादक किसी दूसरे ही चित्र का प्रयोग करना पसन्द करता है। अतः इस दिशा में तालमेल की बड़ी आवश्यकता है। चित्र चयन, आकार प्रकार आदि के सम्बन्ध में फोटो-पत्रकार से विचार-विमर्श किया जाना चाहिए।

फोटो-पत्रकार का यह दायित्व हो जाता है कि वह सम्पादक, समाचार सम्पादक से अपना सम्पर्क बनाए रखे। उनके विचारों को जाने, अपने विचार से उन्हें अवगत कराए।

फोटोग्राफी का सामान्य ज्ञान अनिवार्य

फोटोग्राफी पत्रकारिता के व्यवसाय में प्रवेश करने से पूर्व किसी भी पत्रकार को फोटोग्राफी सम्बन्धी सामान्य ज्ञान होना आवश्यक है। उसे कैमरों की प्रचलित किस्मों, उसके अवयवों जैसे लैंस, शटर एक्सपोजर, एपर्चर, और फोकस लैंथ आदि की कार्य प्रणाली का ज्ञान-प्रोसेस करने तथा छाया प्रकाश का अनुमान कर सकने की क्षमता जरूरी है। फोटोग्राफी सम्बन्धी कुछ प्रमुख सावधानियाँ यहाँ सारांश में बताई जा रही हैं—

(1) छायांकन कार्य प्रारम्भ करने से पूर्व अपने कैमरे एवं उससे सम्बद्ध उपकरणों की पूरी जानकारी कर लेना आवश्यक है। फिल्म चढ़ाना, शटर एवं एपरचर को व्यवस्थित करना, व्यू फाईन्डर में विषय का सही सीमांकन करके स्पष्ट फोकस करना आदि का अभ्यास छायाकार को पहले कर लेना चाहिए। शटर को इतना धीरे दबाएँ कि कैमरा हिले नहीं।

(2) छायांकन से पूर्व यह जान लेना चाहिए कि कैमरे में फिल्म चढ़ी हुई है अथवा नहीं।

(3) स्पष्ट एवं तीक्ष्ण छायांकन के लिए कैमरे का लैंस स्वच्छ रखें। लैंस के समक्ष लैंस कवर, कैमरा केस अथवा अंगुली नहीं आनी चाहिए।

(4) कैमरा क्षितिज के समानान्तर रहे और फोटो खींचते समय बिल्कुल न हिलाया जाये।

(5) दृश्य या विषय को ठीक देखकर फोकस कीजिए। बाक्स कैमरों में विषय को 6 फुट से अधिक दूरी पर रखिए। अस्पष्ट फोकस से छाया चित्र धुँधला उतरेगा।

(6) गति शील विषय के अनुप शटर को समायोजित करें।

(7) गतिशील विषय के समय स्पीड का ध्यान रखें।

(8) व्यू फाईन्डर में विषय का सही चित्र योजना करें।

(9) लैंस को सीधा प्रकाश पड़ने से बचाएँ तथा लैंस हुड का प्रयोग करें।

(10) पोर्टेट तेज प्रकाश में न खींचे जायें, आँखें चौंधिया जायेंगी। छाया अथवा हल्के प्रकाश में चित्र लें।

(11) एक्सपोज करते ही फिल्म को आगे बढ़ा दे और नम्बर देख ले अन्यथा दुबारा एक्सपोज हो सकता है।

फिल्म के प्रकाश ग्रहण करने की क्षमता संकेत उसकी डब्बी मे (डिन) के रूप में रहता है। यह संख्या जितनी अधिक होगी, क्षमता उसी के अनुसार होगी। फिल्म की 'स्पीड' और बाहरी प्रकाश के आधार पर यह तय किया जाता है कि चित्र खीचने के लिए 'एपरचर' कितना रखा जाएँ। महंगे और अच्छे कैमरों में तो 'एपरचर मीटर' भी होता है, जो इसका संकेत देता है। वह शटर स्पीड भी बता देता है।

कैमरे की सामान्य दूरी का अधिक तीखा चित्र खीचने के लिए 'क्लोज अप' लैंस काम मे लाया जाता है। पोर्टेट बनाने तथा छोटे दस्तावेजों के फोटो बनाने में इसकी विशेष उपादेयता है। रंगीन और एडवांस फोटोग्राफी में विभिन्न प्रकार के 'फिल्टर्स' के प्रयोग की प्रथा है। अंधेरे में फोटो खीचने के लिए 'फ्लेश लाइट' या कृत्रिम प्रकाश की व्यवस्था करनी चाहिए। 'फ्लेश लाइट' से फोटो खीचते समय 'शटर स्पीड' और 'एक्सपोजर, सामान्य प्रकाश से कुछ भिन्न होता है।

फिल्म एक्सपोज कर लेने के पश्चात् उसे डवलप करने के लिए 'डार्करूम' की व्यवस्था होती है। ये सभी कार्य पूर्णतया अंधेरे कमरे में किये जाते है। अत: छाया चित्रण के लिए डार्क रूम का होना अनिवार्य है। कुछ फोटो-पत्रकार स्वयं अपने 'डार्क रूम' में 'डेवलपिंग' एवं 'प्रिन्टिग' का कार्य अधिक पसन्द करते है। ऐसे में वे समाचार पत्र को सीधे प्रिण्ट देने मे सक्षम रहते है।

चित्र-सम्पादन के सिद्धान्त

चित्र का सम्पादन भी एक कला है। चित्र सम्पादन में चित्र का चुनाव, नक्शा, समाचार व चित्र में सतर्कता, शोक-चित्रण की समस्या, चित्र परिचय, चित्र शीर्षक आदि पर ध्यान देना आवश्यक है।

चित्र का चयन

समाचार पत्र के लिए चित्र का चुनाव करते समय सर्वप्रथम इस ओर ध्यान देना होता है कि समाचार की दृष्टि से उसका कितना महत्त्व है। चित्र शालीनता की सीमा को पार तो नही कर रहा, बीभत्स तो नहीं, कानून और सुरक्षा का अतिक्रमण तो नही हो रहा, चित्र निर्जीव, गतिहीन और विकर्षण तो नहीं। रूप की दृष्टि से चित्र धुंधला न हो, आकृतियाँ बड़ी हो और छाया प्रकाश का मूल स्पष्ट और संतुलित हो। चित्र का आकर्षण बिन्दु केन्द्र में होना अति आवश्यक है। चित्र मे पृष्ठ भूमि जितनी कम हो सके उतनी अच्छी। सफेद पृष्ठ ... चित्र श्रेष्ठ माना जाता है क्योंकि जिसमें आकृति स्पष्ट दिखाई देती है

को विकृत बना देती है। सर्वश्रेष्ठ चित्र तो वह है जिस पर शीर्षक देने की आवश्यकता न हो। चित्र अपनी विशेषता के लिए ही चुना जाना चाहिए।

नक्शा

समाचार पत्र में देश-विदेश अथवा विशिष्ट क्षेत्र का नक्शा देना भी उतना ही उपयोगी है जितना चित्र। ऐसे स्थान और स्थ । का नक्शा देना अधिक लाभदायक है जिसकी जानकारी साधारण रूप से पाठक को नही होती। साहसिक यात्रा और युद्ध स्थल के नक्शे देना समाचार में चार चाद लगा देता है। समाचार पत्र में दिये जाने वाले नक्शे, स्पष्ट, सांकेतिक और विषानुकूल होने चाहिए।

समाचार व चित्र चयन में सतर्कता

चित्र तथा नक्शे का चुनाव करते समय इस बात का विशेष ध्यान रखा जाए कि किसी प्रकार को गलती न हो। कही यह न हो जाए कि समाचार किसी व्यक्ति का हो और चित्र किसी का। ऐसी गलतियाँ एक से नाम के कारण हो जाती है। अनेक अवसरों पर जल्दी-जल्दी में फोटो के ब्लाक भी सीधे के स्थान पर उल्टे छप जाते है। इसलिए चित्र के ब्लाक देते समय भी सावधानी रखनी चाहिए।

बाहर से आने वाले चित्र वे ही लिए जाएँ जिन्हें विश्वसनीय संवाददाताओ ने भेजा हो। एक पृष्ठ पर एक ही व्यक्ति के दो चित्र किसी रूप में भी नही दिये जाने चाहिए। चित्र का चयन करते समय 'अपमान और अपयश' की आशंका का ध्यान भी रखना आवश्यक है। यह बहुत संभव है कि किसी घटना और व्यक्ति का चित्र इस ढंग का प्रकाशित हो जाए जिससे किन्ही व्यक्तियो के जीवन पर अप्रत्याशित बुरा असर पड़े। युद्ध के अवसर पर युद्ध क्षेत्र और सीमा आदि के चित्र देते समय इस बात का अवश्य ध्यान रहे कि उनसे शत्रु-पक्ष का समर्थन न हो। वे देश के लिए किसी प्रकार हानिकारक न बने।

शोक चित्र

समाचार पत्रो में शोक चित्र प्रकाशित करना अच्छा नही है। विधवा की विलाप-मुद्रा, व्यक्तिगत शोक के समय फोटो-पत्रकारों को अपनी कला कौशल दिखाने की छूट नहीं होनी चाहिए। यहाँ पत्रकारिता की आचार नीति का प्रश्न उपस्थित होता है।

चित्र परिचय

चित्र के परिचय का अपना विशेष महत्त्व है। वैसे तो यह कहा जाता है कि वही चित्र सर्वश्रेष्ठ है जिसका परिचय लिखने की आवश्यकता न पड़े। ऐसे चित्र तो कम होते हैं। वस्तुतः सभी चित्रों पर परिचय देना ही पड़ता है। परिचय चित्र

के उद्देश्य को पूरा कर देते है । चित्र-परिचय (कैपशन) लिखना भी एक कला है । परिचय के वाक्य छोटे और सीधा संकेत देने वाले हो । उनमें किसी प्रकार का भारीपन न हो । लगभग 10–15 शब्द तक के 'परिचय' अच्छे माने जाते है । सबसे विशिष्ट व्यक्ति का नाम पहले लिखा जाता है । उसके बाद बाएँ से दाहिने (चित्र सामने रखकर अपने बाएँ से (अन्य व्यक्तियो के नाम दिये जाते है ।

यह आवश्यक नही कि सबके नाम लिखे जाएँ, पर जो लिखे जाएँ वे सही हो । चित्र के अनुसार ही परिचय की भाषा होनी चाहिए । चित्र के साथ के समाचार मे जो कुछ कहा गया है उसको ही संक्षेप मे 'परिचय' मे दुहराना नही चाहिए । यदि चित्र किसी दुर्घटना अथवा कोई ऐसा स्थल है जिसे पाठक की दृष्टि मे लाना आवश्यक है, तो उस पर किसी प्रकार का संकेत काली स्याही से बना देना चाहिए, जिससे वह चिन्ह भी ब्लाक मे आ जाए । चित्र परिचय ब्लाक के नीचे ही दिये जाते हैं । सामान्य से कुछ मोटे अथवा काले टाइप में । परिचय देते समय पृष्ठ की सजावट और ब्लाक की लम्बाई का ध्यान भी रखा जाता है ।

चित्र शीर्षक

शीर्षक अधिकांश चित्र के ऊपर दिया जाता है यह आवश्यक भी नही कि चित्र पर शीर्षक दिया ही जाये । साज-सज्जा तथा प्रभाव की दृष्टि से वह दिया जाता है और नही भी । यह सब चित्र, पृष्ठ तथा पृष्ठ पर उसके स्थान को ध्यान में रखकर किया जाता है । शीर्षक दो-चार शब्दों से अधिक का न हो ।

फोटो पत्रकारिता का भविष्य

जैसे-जैसे समाचार पत्रों की सजा-सज्जा पर ध्यान दिया जाना आरम्भ हुआ है, वैसे-वैसे विश्व मे फोटो पत्रकारिता ने विकास पाया है । इससे उसका क्षेत्र एव स्तर भी बढा है । आज आवश्यकता इस बात की है कि फोटो पत्रकारिता का प्रशिक्षण केन्द्र प्रारम्भ किया जाए । यदि एक फोटोग्राफर को पर्याप्त सैद्धांतिक शिक्षा नही मिली तो वह कभी भी एक अच्छा फोटो-पत्रकार नही बन सकता ।

आज स्थिति यह है कि कोई भी कार्य हो, फोटोग्राफी (छायांकन) की आवश्यकता पड़ती है । व्यावसायिक फोटोग्राफी में अधिक परिश्रम की आवश्यकता पड़ती है, लेकिन उसका पूरा मुआवजा भी मिलता है । व्यावसायिकता के भी अनेक क्षेत्र बन गए हैं, जिनमें फोटोग्राफर विशेषज्ञता प्राप्त करता है, जैसे प्रेस-फोटोग्राफर; फैशन फोटोग्राफर) इंडस्ट्रियल फोटोग्राफर आदि ।

न्यूज-फोटोग्राफी आज की सबसे महत्वपूर्ण विधा है । कोई भी समाचार-पत्र या पत्रिका ऐसी नहीं होती हैं जिसमें छायाचित्र या पारदर्शियां न छापी जाती हों । इस संदर्भ में एक कहावत भी है कि एक फोटो हजार शब्दों के बराबर होता है । इसी बात को ध्यान में रखते हुए ज्यादातर पत्र-पत्रिकाओं के अपने छायाकार

फोटोग्राफर) होते हैं। न्यूज-फोटोग्राफर का कार्य बहुत अधिक नाजुक और जोखमपूर्ण होता है और उसे चित्र लेने में काफी फुर्ती दिखानी पड़ती है। शीघ्रता से कैमरे को एडजस्ट करना उसकी विशेषता होती है। कहा भी जाता है कि प्रेस-फोटोग्राफर को पहले फोटो खींच लेनी चाहिए और बाद में सोचना चाहिए। इसके विपरीत फैशन-फोटोग्राफर का कार्य काफी इत्मीनान वाला होता है। उसके पास समय अधिक होता है, साथ ही उसकी पृष्ठभूमि तैयार होती है। वह माडल को इत्मीनान से जिस मुद्रा में चाहे बैठा सकता है और उसका चित्र ले सकता है। उसका कार्य दैनिक-पत्रों के लिए नहीं बल्कि पत्रिकाओं के लिए होता है।

इण्डस्ट्रियल-फोटोग्राफर को मशीनों आदि के चित्र लेने पड़ते हैं, इसलिए उसे चित्र में जान डालने की ज्यादा जरूरत पड़ती है। उसके पास मशीनों से घिरे हाल में आगे-पीछे, दायें-बायें जाने के लिए स्थान की कमी होती है। इसी तरह युद्ध फोटोग्राफर को भवनों, प्राकृतिक दृश्यों, जंगली-जानवरों आदि विभिन्न-क्षेत्रों में विशेषज्ञता प्राप्त होती है।

फोटोग्राफी और मानव का रिश्ता दिन पर दिन मजबूत होता जा रहा है। हम कह सकते है कि फोटोग्राफी की भविष्य में असीम सम्भावनाएँ है।

9
कार्टून

'कार्टून शब्द का शाब्दिक अर्थ चित्र का कच्चा खाका या 'रफ डिजाइन, बनाना है। सन् 1843 में इंगलैण्ड की पार्लियमेण्ट के भवनों की भित्तियों पर अंकित करने के लिए चित्रों के कच्चे खाकों की एक प्रदर्शनी आयोजित करी गई थी। इंगलैण्ड के प्रसिद्ध व्यंग्य-चित्रकार (कार्टूनिस्ट) 'श्री-लीच' को यह कार्य सौंपा गया था। ये चित्र इंगलैण्ड के सुप्रसिद्ध हास्य-पत्र 'पंच' में प्रकाशित हुए थे। उसी समय से कार्टून शब्द का महत्त्व लोगों ने समझा तथा इसका व्यापक प्रयोग होने लगा। कार्टून कला हमारे जीवन की मूक आलोचना है। व्यंग्य-चित्रकार अपनी तूलिका के माध्यम से समाज और मानव के घट में कड़वी आलोचना को हँसी-हँसी में उतार देते हैं। प्रजातंत्रीय देश में व्यंग्य-चित्रकार जनता की आवाज बुलन्द कर मीठे विरोधी दल का काम करते हैं। इन व्यंग्य-चित्रकारों ने राजनीति में एक रस की सृष्टि की है। हमारे बहुरंगी जीवन पर प्रकाश डालने वाली इकरंगी व्यंग्य-रेखाएँ यथार्थ आदर्श का अनोखा सम्मिश्रण है। भारतीय जनता की इस दिशा में रुचि बढ़ती जा रही है। आज उस समाचार-पत्र को अधिक पसंद किया जाता है जिसमें व्यंग्य चित्र प्रकाशित होते हैं।

प्रारम्भिक काल में व्यंग्य चित्रों में हास्य और व्यंग्य का समन्वय बहुत सफल ढंग से होता था। एक चित्र के नीचे कुछ हास्योत्पादक बातें लिख दी जाती थी। यहाँ तक कि कहानी के चित्रों में और इन कार्टूनों में कोई मौलिक अन्तर नहीं होता था। राजनीतिक कार्टूनों के साथ भी यही बात थी। व्यंग्य चित्रकार अधिकतर लाक्षणिक संकेतों का उपयोग करते हैं। यद्यपि आज के व्यंग्य-चित्रकार भी यदाकदा इन संकेतों का प्रयोग कर लेते हैं। हाँ, इस परिपाटी का यह परिणाम हुआ है कि अधिकतर देशों को प्रस्तुत करने के लिए सांकेतिक चिन्ह मिल गए, जैसे अमेरीका के लिए 'चाचा सेम' और इंगलैण्ड के लिए 'जौन बुल'। व्यंग्य और हास्य कार्टून के अभिन्न अंग बन गए। अब तो हास्यहीन कार्टून की कल्पना भी नहीं की जा सकती है।

कार्टून का इतिहास

मिस्र, चीन तथा भारत में चित्रों के माध्यम से परिहास, विनोद एवं [illegible] करने के प्राचीन भीत्ति चित्र मिलते हैं। दो हजार वर्ष प्राचीन अजन्ता

की चित्रावली में व्यंग्य चित्रों के सुन्दर उदाहरण व नमूने मिलते है। इन चित्रों मे हमें मोटे पेट वाले वामन जी, परिचारिकाएँ तथा अन्य पात्र उपलब्ध होते हैं। मध्य युगीन देव मन्दिरों और हस्तलिखित पुस्तकों मे कहीं-कहीं विनोद भरी आकृतियाँ मिल जाती है। भृगु-संहिता में व्यंग्य चित्रों का उल्लेख मिलता है।

1/वी शताब्दी में चित्रों के द्वारा विरोध प्रदर्शित करने का प्रयोग इटली में हुआ था। रोमन ऐकेडमी के अध्यक्ष 'एनीवाल केरास्त' ने पोप के विरुद्ध चित्रों को प्रदर्शित किया था। इटालियन भाषा में ऐसे चित्रों को उस समय 'कैरीकेचर' कहा जाता था। विरोधी की हीनता प्रकट करने के लिए उसकी विकृत चित्रता मूर्ति रची जाती थी। समाज विरोधियो को विकृत आकृतियाँ बनाकर उन्हें जलाया जाता था।

इटली के 'कैरीकेचरों' को फ्रांस ने ग्रहण किया और उसका नाम 'कैरीकेचर' रखा। फ्रांस ने उसे इंगलैण्ड से लिया और उसका नाम 'कार्टून' रख दिया। इसके पहले कटाक्ष चित्रों को 'कैरीकेचर' और 'कार्टून' शब्द पृथक्-पृथक् अर्थों में प्रयोग होते थे। कार्टून द्वारा राजनीतिक या सामाजिक प्रसंग, घटनाएँ या मनोभावनाएँ मीठा परिहास करती हुई अंकित की जाती है। 'कैरीकेचर' मे व्यक्ति का ठट्ठा चित्र प्रस्तुत किया जाता है, जिसमें व्यक्ति की मौलिक विद्रूपताएं अद्भुत व्यग्य-पूर्ण भंगीमाओं मे अभिव्यक्त होती है।

इंगलैण्ड मे चित्रकार 'विलियम होगार्थ' (1697–1764) ने बड़ी खूबी भरे कटाक्ष चित्र बनाए हैं। होगार्थ को हम ब्रिटिश कटाक्ष चित्रों का पितामह कह सकते हैं। उनकी बनाई चित्रावलियां अभी तक टेट गैलरी तथा सोन म्यूजियम मे सुरक्षित हैं। सबसे प्रथम विनोद पूर्ण चित्रों का सामयिक पत्र 'चारीवारी' फ्रांस मे प्रकाशित हुआ था। उसकी खूबी और सफलता से प्रेरित होकर सन् 1841 मे इंगलैण्ड में 'पंच' का प्रकाशन शुरू हुआ जो अब तक प्रकाशित हो रहा है। 'पंच' के कटाक्ष चित्रकारो में 'जान लीच' बहुत प्रसिद्ध हुआ। उसके लगभग तीन हजार व्यंग्य चित्रों मे विनोद की बड़ी सामग्री भरी पड़ी है।

वर्तमान ब्रिटिश कार्टूनकारो में डेविडलो, फुगास, ई. एच. शेफार्ड, लैंगडन, गिलिस फ्रैंक रेनोल्डस, हिथ रौलिन्सन आदि उल्लेखनीय हैं। इंगलैण्ड के पंच से प्रेरणा पाकर बीसवी सदी के प्रारम्भ में विभिन्न देशों मे अनेक विनोदी चित्रमय सामयिक पत्र प्रकाशित होने प्रारम्भ हुए जिनमे भारत में 'हिन्दी पंच', बनारस मे 'प्रिप', आस्ट्रेलिया मे 'सिडनी पंच' और अहमदाबाद मे 'गुजराती पंच' प्रमुख है।

भारत में 19वी सदी के अन्त मे तथा 20वी सदी के प्रारम्भ मे कटाक्ष चित्रों का प्रारम्भ हुआ। कटाक्षपूर्ण चित्रपत्र का श्री गणेश भी एक पारसी सज्जन ने किया। अंग्रेजी चित्रपत्र 'पंच' से प्रेरणा पाकर भारत मे 'हिन्दी पंच' का प्रारम्भ हुआ। इसके सम्पादक बरजोर जी थे। अपने कटाक्ष चित्रों के लिए यह देश-विदेश

दोनों में लोक प्रिय हो गया था। राजनैतिक पुरुषों के व्यंग्य-चित्र बनाना और सत्तारूढ़ लोगों की त्रुटियों के विरुद्ध चित्रों द्वारा प्रहार करना इसकी विशेषता थी। इसका मुख चित्र तो अंग्रेजी के 'पंच' से अधिक कलात्मक था। सन् 1935 मे 'हिन्दुस्तान टाइम्स' और 'हिन्दुस्तान' मे श्री शंकर के व्यंग्य-चित्र प्रकाशित होना प्रारम्भ हुए। ये व्यंग्य-चित्र अत्यन्त लोक प्रिय हुए। कुछ वर्ष बाद शंकर ने अपना 'शंकर्स वीकली' नामक हास्य रस प्रधान साप्ताहिक अंग्रेजी में निकालना प्रारम्भ किया।

व्यंग्य विनोदात्मक हिन्दी पत्र-पत्रिकाएँ

भारतेन्दु काल में हिन्दी गद्य साहित्य का विकास हुआ। समाचार पत्र, मासिक, पाक्षिक पत्रों का भी प्रकाशन इसी काल में हुआ। यद्यपि भारतेन्दु काल मे हास्य रस का कोई पत्र नही निकला किन्तु उस समय के अधिकांश पत्रों मे हास्य एवं विनोद का महत्त्वपूर्ण स्थान रहता था।

'हरिश्चन्द्र मैगजीन' सन् 1873 से निकली। बाद मे इसका नाम बदलकर 'हरिश्चन्द्र-चन्द्रिका' हो गया। भारतेन्दु बाबू की इच्छा थी अंग्रेजी के 'पंच' पत्र की भाँति हिन्दी में भी एक विशुद्ध हास्य रस का पत्र प्रकाशित किया जाए जैसा कि उनकी सूचना से स्पष्ट है—"मेरी बहुत दिनों से इच्छा है कि एक हास्य रस का हिन्दी भाषा में पंच पत्र प्रचलित करूँ। सब हिन्दी के रसिकों से सहायता की प्रार्थना है। अभी केवल 13 ग्राहक हुए हैं और 100 ग्राहक होने पर पत्र छपेगा"[1]

'हरिश्चन्द्र-चन्द्रिका' में 'चोच की बातें' शीर्षक से मनोरंजक चुटकले बराबर प्रकाशित होते थे। इसी मे उनकी 'बंदर सभा', 'ठुमरी जुबानी शुतरमुर्ग परी के', 'चिडीमार का टोला' शीर्षक हास्य कविताएँ भी प्रकाशित हुई। इसमे हास्यमय 'चित्रकाव्य' भी प्रकाशित होते थे, जैसे—'ABB GIO PK ढिग तजि CS

ठानिस YR मत करो E स सौं T स।'[2]

'हिन्दी प्रदीप' का सम्पादन पं. बालकृष्ण भट्ट ने सन् 1878 में किया। इसमें तत्कालीन टैक्स आदि पर स्यापे लिखे गये जो व्यंग्यात्मक है। 'ब्राह्मण', 'भारतेन्दु', 'रसिक पंच', 'भारत मित्र', आदि पत्र-पत्रिकाओं में हास्य रस की कविता लेख व्यंग्यात्मक-समाचार, पैरोडियाँ आदि छपती थी।

द्विवेदी युग में 'मतवाला' हास्य रस का प्रसिद्ध साप्ताहिक निकला। कलकत्ता से महादेव प्रसाद सेठ इसे निकालते थे। इसके सम्पादक मंडल में थे बाबू नवजादिक लाल श्रीवास्तव, निराला एवं आचार्य शिवपूजन सहाय। यह पत्र 1923 में निकालना। इसके मुख पृष्ठ पर अग्र दोहा प्रकाशित होता था—

1. श्री हरिश्चन्द्र चन्द्रिका—अक्टूबर 1877 ई. संख्या-1.
2. श्री हरिश्चन्द्र चन्द्रिका—सितम्बर, 1874, खण्ड 9, संख्या-12

"अमिय गरल शशि शीकर राग विराग भरा प्याला,
पीते हैं जो साधक उनका प्यारा है यह मतवाला।"

मूल्य इस प्रकार लिखा जाता था—
"एक प्याले का एक आना नगद,
वार्षिक बोतल तीन रुपए पेशगी।"

सम्पादकीय के ऊपर यह दोहा छपता था—
"खींचो न कमानो न तलवार निकालो,
जब तोप मौकाबिल है तो अखबार निकालो।"

इसमें अधिकांश लेख गुप्त नामों से प्रकाशित होते थे। 'चाबुक' शीर्षक स्तम्भ मे साहित्यिक चोरों पर व्यंग्य-बाण बरसाये गये थे। 'मतवाला की बहक' शीर्षक स्तम्भ में सामयिक विषयों पर हास्यमय टिप्पणियाँ दी जाती थी। 'चलती चक्की' शीर्षक स्तम्भ में समाचारों के सार हास्यमय शैली में दिये जाते थे। इस पत्र की अपने समय मे बड़ी धूम रही।

'मतवाला' के जवाब में कलकत्ते से 'मौजी' नामक हास्य रस का पत्र निकला। इसकी तथा 'मतवाला' की खूब नोक झोंक रहती थी। मतवाला के लिए होलिकांक' में तत्कालीन प्रसिद्ध लेखक एवं कवि जयशंकर प्रसाद, प्रेमचन्द आदि सब लिखते थे।

कलकत्ते से 'हिन्दू पंच' निकलता था। हरिद्वार से 'सरपंच' नामक हास्य रस का एक पत्र थोड़े दिनों निकला। इलाहबाद से 'मदारी' नामक हास्य रस का साप्ताहिक कई वर्षों तक निकला। इसके सम्पादक श्री एस. पी. श्रीवास्तव थे। लखनऊ से अमृतलाल नागर तथा नरोत्तम नागर के सम्पादकत्व में 'चकल्लस' हास्य रस का साप्ताहिक कई वर्षों निकला। 'नोक-झोंक, मासिक जनवरी सन् 1937 में आगरा से निकला। यह विशुद्ध हास्य रस का पत्र था।

बनारस भी हास्य के रस के पत्रों का केन्द्र रहा। 'तरंग' पाक्षिक बेधड़क बनारसी के सम्पादन में प्रकाशित हुआ। जनवरी सन् 1941 से एक वर्ष तक 'बेढ़ब' मासिक हास्य रस का पत्र निकला जिसके सम्पादक श्री किशोर वर्मा 'श्रीश' थे।

स्वातन्त्र्योत्तर व्यंग्य-विनोदात्मक पत्रिकाएँ

जिस समय भारत स्वतन्त्र हुआ, हिन्दी में हास्य और व्यंग्य को उपजीव्य मानकर चलने वाली दो पत्रिकाएँ निकल रही थी। हास्य रस की रोचक रचनाओं से आवृत 'नोक-झोंक' मासिक का प्रकाशन जनवरी 1961 तक लगातार होता रहा। क्रमशः केदारनाथ भट्ट और भगवत स्वरूप चतुर्वेदी ने 'नोक-झोंक' का इस अवधि में प्रकाशन किया। 'नोक-झोंक' की तरह एक विनोदी पत्रिका 'तरंग' उस समय प्रकाशित हुई। इस पाक्षिक पत्रिका का प्रारम्भ 1946 में हुआ था और यह 1956 तक जीवित रही। 'तरंग' का सम्पादन क्रमशः बेढ़ब बनारसी और बेधड़क बनारस ने किया।

कानपुर से 1948 मे वागीश शास्त्री के सम्पादन में 'किसमिस' मासिक पत्रिका प्रकाशित हुई। हास्य लेखन की यह पत्रिका केवल एक वर्ष तक ही निकल सकी। इन्दौर से प्रकाशित 'हजामत' पाक्षिक तो एक वर्ष भी जीवित नहीं रह सका। 'हजामत' को निश्शक के सम्पादन में 1949 को निकाला गया था। पटना से 'चाणिक्य' मासिक का प्रकाशन 1953 में प्रारम्भ हुआ, लेकिन यह भी बन्द हो गया। ढाई वर्षों तक 'चाणक्य' को सिद्धनन्दन सांस्कृत्यायन और सुरेन्द्र कौण्डिलय ने सम्पादित किया। जनवरी, 1956 में पाडेय बेचन शर्मा उग्र ने 'हिन्दी पंच' नामक व्यग्य विनोदमय पाक्षिक का प्रकाशन कलकत्ते से प्रारम्भ किया था। इस पत्रिका ने हिन्दी पत्रकारिता मे व्यग्य की आत्मा को स्वतन्त्र व्यक्तित्व दिया। दुर्भाग्यवश इसे भी काल ने नही छोड़ा और 1958 मे 'हिन्दी पंच' का अन्त हो गया। 1957 मे केशवचन्द्र वर्मा के सम्पादन मे 'तुंगशृंग' मासिक हास्य व्यग्य पत्रिका का प्रकाशन इलाहाबाद से हुआ। यह पत्रिका भी लोकप्रिय हुई और 1959 में समाप्त हो गई

1960 में राची से लंठ आजमगढ़ी ने मासिक 'हसोड़' को हास्य रस की प्रतिनिधि पत्रिका के रूप मे शुरू किया। 1967 में इसकी समाप्ति हो गई। श्री रामावतार चेतन ने 1961 मे 'रंग' मासिक का प्रकाशन बम्बई से किया। 'रंग' की योजना का उल्लेख करते हुए रामावतार चेतन ने लिखा है—"हिन्दी मे हास्य व्यग्य की विधा बहुत पिछड़ी हुई देखकर मुझे लगा कि इस क्षेत्र मे कुछ ठोस कार्य करना चाहिए। अस्तु शिष्ट हास्य-व्यंग्य मासिक के रूप मे मैंने अखिल भारतीय स्तर पर 'रंग' के प्रकाशन की योजना बनाई।"

निश्चय ही 'रग' का अपना ऐतिहासिक महत्त्व रहा है। गधा, कुत्ता, बिल्ली, चूहा, बैल, चमगादड़ जैसे जीवो पर 'रंग' ने विशेषाक निकाले। जून, 1961 से मार्च, 1973 तक निरन्तर प्रकाशित के होने बाद 'रग' का अन्त हो गया। रामावतार चेतन ने अब 'रंग' को 'रग चकल्लस' त्रैमासिक के रूप मे पुर्नर्जीवन दिया है। इसका पहला अक अगस्त, 1973 को प्रकाशित हुआ और तब से हास्य-व्यंग्य का यह त्रैमासिक लगातार निकल रहा है। पटना से आत्मानन्द सिंह के सम्पादन मे 'आत्मा' साप्ताहिक का प्रकाशन हुआ। 'आत्मा' मुख्यतः व्यंग्य चित्र तथा हास्य प्रधान साप्ताहिक था। यह 1961 से 1965 तक प्रकाशित हुआ। मथुरा से 1967 में नरेन्द्र कुमार चतुर्वेदी के सम्पादन मे 'जोकर' का प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। हास्य रस के इस लघु मासिक का लघु का जीवन 1969 में समाप्त हो गया।

श्री रतनलाल बसल के सम्पादन मे 'ठिठोली' वार्षिक का पहला अक 1968 के होली उत्सव पर निकला। 'ठिठोली' के चार अंक ही निकले। हास्य प्रधान वार्षिक पत्रिका 'हास्य कलश' का पहला अक 1969 में होली पर प्रकाशित हुआ। हास्य कवि डंठन के सम्पादन में निकलने वाली इस वार्षिक पत्रिका का प्रकाशन भी

1971 में बन्द हो गया। व्यंग्य-विनोदात्मक पत्रिकाओं की यह सतत् असफलता निराशाजनक ही कही जा सकती है।

अंग्रेजी के ख्याति लब्ध व्यंग्य साप्ताहिक 'शंकर्स वीकली' का हिन्दी संस्करण 'हिन्दी शंकर्स वीकली' का 17 नवम्बर, 1970 को नई दिल्ली से प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। रमेश बक्षी के सम्पादन में प्रकाशित इस पत्रिका का दुःखद अन्त भी दुर्भाग्यवश दो वर्ष की अवधि में ही हो गया। पत्रिका के दुःखद अन्त पर रमेश बक्षी ने लिखा—"जैसे हमारा अखबार बन्द हुआ वैसा किसी का बन्द न हो।"[1] अक्टूबर, 1971 से हुल्लड़ मुरादाबादी के सम्पादन में 'हास परिहास' मासिक का प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। इस हास्य पत्रिका का अन्त 1974 में हो गया। अक्टूबर, 1971 में अरुण रंजन के सम्पादन में गम्भीर व्यंग्य की पत्रिका 'व्यंग्य' का पहला अंक पटना से निकला। इसके दो ही अंक निकल सके। पटना से ही सितम्बर, 1973 में बालेन्दु शेखर तिवारी के सम्पादन में व्यंग्य लेखन के त्रैमासिक 'अभीक' की प्रस्तुति हुई। सितम्बर, 1974 तक इसके पाँच अंक निकले और फिर पत्रिका कुछ समय के लिए बन्द हो गई। मई, 1977 में रांची से 'अभीक' का श्री गणेश पुनः हुआ है। व्यंग्य-लेखन को सही पहचान देने के सन्दर्भ में 'अभीक' के योगदान को नहीं नकारा जा सकता है।

इसी तरह हिन्दी पत्रकारिता के 'हास्यमय' का आगमन भी अविस्मरणीय है। मुकुल उपाध्याय के सम्पादन में 'हास्यमय' वार्षिक का पहला अंक 1973 में बम्बई से प्रकाशित हुआ। 'हास्यमय' से हास्य-व्यंग्य पत्रकारिता की गरिमा बढ़ी है। हास्य कवि हुक्का के सम्पादन में 'ठलुआ' का प्रकाशन 15 जून, 1976 को हुआ। हास्य-व्यंग्य पत्रिकाओं में 'रस कलकत्ता', 'रंग', 'बोरी बन्दर', 'मेला' इधर लोकप्रिय हो रही है। इन पत्रिकाओं में कार्टून को एक अलग पृष्ठ दिया जा रहा है।

हिन्दी में व्यंग्य-विनोदात्मक पत्रिकाओं की यह विकास रेखा इस तथ्य की ओर संकेत करती है कि हिन्दी पत्रकारिता में हास्य-व्यंग्य पत्रिका स्थापित नहीं हो पाई है। भारत की स्वतन्त्रता के बाद अनेक पत्रिकाओं का उदय हुआ है, लेकिन दुर्भाग्यवश उनका अवसान भी अल्पायु में हुआ है। इसीलिए डॉ० बरसाने लाल चतुर्वेदी ने लिखा है—"अंग्रेजी का 'पंच' जो कि सैंकड़ों वर्षों से अनवरत निकल रहा है, ऐसा अभी तक हिन्दी में हास्य रस का कोई पत्र नहीं निकला।"[2]

कार्टून के प्रकार

कार्टून की आत्मा व्यंग्य है। अब तक हँसाने और प्रहार करने वाले सभी

1. हिन्दी शंकर्स वीकली, (दिल्ली), 28 दिसम्बर, 1971.
2. डॉ. बरसाने लाल चतुर्वेदी—'हिन्दी साहित्य में हास्य रस', पृष्ठ 264.

रेखा चित्रों के लिए हिन्दी में 'कार्टून' शब्द का ही प्रचलन रहा है। 'एक कार्टून दस हजार शब्दों के बराबर होता है'—यह पुरानी मान्यता आज भी सार्थक है। कार्टूनों को निम्न भागों मे विभक्त किया जा सकता है—

1. राजनीतिक कार्टून

राजनीतिक व्यंग्य चित्रकार अपने रेखा चित्रों के माध्यम से राजनीतिक घटनाओं व नेताओं के परिहास व व्यग्य प्रधान चित्र प्रस्तुत करते हैं। उसे सदैव दैनिक समाचारो से परिचित रहना पडता है। यही नही, किसी भी घटना की पृष्ठ भूमि से भी पूर्णतया अवगत होना आवश्यक है। इसके बिना सही दृष्टिकोण नहीं बना सकता है। उसे राजनीतिक नेताओं के व्यक्तिगत जीवन और आदतों से परिचित होना चाहिए। राजनीतिक व्यंग्य चित्रकार सदैव व्यापक प्रभाव डालने वाले विषय ही चुनता है। वह एक समानान्तर परिस्थिति की खोज में साहित्य, इतिहास और पौराणिक कथाओं का सहारा लेता है। राजनीतिक व्यंग्य चित्रकार को चित्र बनाने के लिए बहुत कम समय मिलता है और यही कारण है कि उसे बड़ी तेजी से काम करना पड़ता है।

इधर समाचार पत्रों में राजनीतिक मुखौटों को पाठकों द्वारा अधिक पसन्द किया जा रहा है। राजनीतिक व्यंग्य चित्रकारों में सर्वश्री मारियो, लक्ष्मण, शंकर, प्राण, नेगी, सुधीर दर, सुशील कालरा, रवीन्द्र, सुधीर तैलंग आदि तेजी से उभर कर पाठकों के समक्ष आ रहे हैं। राजनीतिक व्यंग्य चित्रकारों में निहान का नाम भी उल्लेखनीय है जो अंग्रेजी पत्रिका 'टूडे' (पाक्षिक) के लिए व्यंग्य चित्र बना रहे है। 'नवभारत टाइम्स' दैनिक-पत्र (दिल्ली) मे 'काक' द्वारा बनाये गये राजनीतिक व्यंग्य-चित्र प्रशसनीय है।

2. सामाजिक कार्टून

इनमे समाज की परिहास पूर्ण आलोचना रहती है। व्यंग्य चित्रकार समाज और अपने परिवेश में घटने वाली घटनाओं को चित्रों के माध्यम से प्रस्तुत करता है। इस क्षेत्र में सैमुअल, शिक्षार्थी, काजिलाल, रवीन्द्र, वोरगाँवकर, रामकुमार, आबिद सुरती का नाम विशेष महत्त्वपूर्ण है। सैमुअल ने 'मुसीबत है'; 'दिल्ली के स्वप्न', 'यह दिल्ली है'; शीर्षक से जो हमारे जीवन पर व्यंग्य किये हैं, वे हँसाये बिना नही रहते हैं। रवीन्द्र द्वारा 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान' में 'मुसीबत है' शीर्षक द्वारा प्रकाशित व्यंग्य चित्र भी पाठकों द्वारा पसन्द किये गये हैं। हिन्दी की साहित्यिक मासिक पत्रिकाओं में भी व्यंग्य-चित्र प्रकाशित हुए हैं। सरस्वती, माधुरी, सुधा, मतवाला, नोक-झोक आदि में भी सामाजिक विषयों पर व्यंग्य-चित्र प्रकाशित हुए हैं।

राजस्थान के व्यंग्य-चित्रकारों में सर्वश्री पंकज गोस्वामी, अभय वाजपेयी, अनन्त कुशवाह व त्रिशंकु आदि का नाम लिया जा सकता है। इनके द्वारा बनाये गये व्यंग्य-चित्र राजस्थान के अलावा अन्य प्रदेशों के पत्र-पत्रिकाओं में स्थान पा रहे हैं। अनन्त कुशवाहा द्वारा 'इतवारी पत्रिका' (साप्ताहिक) में 'इतवारीलाल' शीर्षक से प्रकाशित व्यंग्य-चित्र उल्लेखनीय है।

3. व्यंग्य पट्टियाँ

व्यंग्य पट्टियाँ बनाने का प्रचार भी अधिक हो गया है। व्यंग्य चित्रकार इन पट्टियों के माध्यम से अपनी बातें पाठकों तक पहुँचाता है। ये अधिकतर कथा प्रधान होती हैं। ये बालकों के लिए बहुत आकर्षक रहती हैं।

4. जेबी कार्टून

समाचार पत्रों में विभिन्न शीर्षकों से मुख पृष्ठ पर जो छोटे से व्यंग्य चित्र प्रकाशित होते हैं, इन्हें जेबी कार्टून कहा जाता है। 'नव भारत टाइम्स' में 'बाबूजी', 'हिन्दुस्तान' में 'आजकल', 'राजस्थान पत्रिका' में 'झरोखा', 'राष्ट्रदूत' में 'चलते-चलते', 'जनसत्ता' में 'दर असल' शीर्षक से जेबी कार्टून प्रकाशित होते हैं। इन कार्टूनों का विषय सामाजिक और राजनीतिक रहता है।

प्रथम पृष्ठ पर जाने वाले व्यंग्य चित्रों के विषय में एक और बात ध्यान रखनी चाहिए। प्रथम पृष्ठ पर किसी भयंकर दुर्घटना के समाचार के साथ यदि उस दिन का जेबी व्यंग्य-चित्र न दिया जाये तो पत्र की शालिनता में वृद्धि होगी। अंग्रेजी दैनिक 'स्टेट्समैन' (नई दिल्ली) ने भारत के प्रधान मन्त्री लाल बहादुर शास्त्री के निधन पर 12 दिन के शोककाल में जेबी व्यंग्य चित्र प्रकाशित नहीं किया।

प्रमुख कार्टूनिस्ट

स्वातन्त्र्योत्तर काल में जैसे हिन्दी में पत्र-पत्रिकाओं का विस्तार हुआ, वैसे ही व्यंग्य चित्रों की मांग बढ़ती गई। प्रत्येक समाचार पत्रों के मुख पृष्ठों को शोभा कार्टून बढ़ाने लगे हैं। अनेक पत्रिकाओं का तो जन्म ही इसी विधा के विकास के लिए हुआ है। नए हिन्दी समाचार-पत्र जो भी निकल रहे है, चाहे किसी भी राज्य या स्वयं केन्द्र से क्यों न हो कार्टूनकारों की आवश्यकता को समझते है और दूसरी किसी भी सामग्री से उसे प्राथमिकता देते हैं।

झरोखा....



"...क्या कहा? .... यहां कोई पत्रकार नहीं आया!? तो इस-उद्घाटन को फिलहाल स्थगित कर दीजिए....."

भारत की स्वतन्त्रता के बाद कार्टूनिस्टों (व्यंग्य चित्रकारों) की एक लम्बी सूची सामने आई है। सर्वश्री मारियों, लक्ष्मण, शंकर, प्राण, नेमी, मनोरंजन, कांजिलाल, सुधीर दर, शिक्षार्थी, रंगनाथ, रवीन्द्र, अहमद, सैमुअल, पी. के. एस. कुट्टी, ओ. वी. विजयन, आबिद सुरती, जोसेफ वसु, सुनील चटोपाध्याय, आत्मा, अनीस, फारुखी, रवेल, अरविन्द, बोरगांवकर, रामकुमार, सुशील कालरा, दलाल, चकोर, शिशिर दे, सुधीर तैलंग आदि व्यंग्य चित्रकारों के चित्र पत्र-पत्रिकाओं में लगातार प्रकाशित हो रहे है। राजस्थान के कार्टूनिस्टो मे पंकज गोस्वामी, अभय वाजपेयी तथा अनन्त कुशवाहा के नाम उल्लेखनीय है। शंकर, दलाल, सुधीर दर, सुशील कालरा, आबिद सुरती, शिक्षार्थी, अहमद, चकोर आदि व्यंग्य-चित्रकारों के व्यंग्य-परिहास चित्रों के संकलन भी प्रकाशित हुए हैं।

कार्टून का भविष्य

कार्टून पत्र-पत्रिकाओ के लिए आवश्यक हो गए हैं। कार्टूनों के बिना पत्र-पत्रिकाओं की कल्पना नही की जा सकती है। आज उस समाचार पत्र को अधिक पसन्द किया जाता है, जिसमे कार्टून प्रकाशित होते है। कार्टून-कला हमारे जीवन की मूक आलोचना बन गई है। कुछ आलोचक इसे मनोरंजन की हल्की विधा मानते है, जो गलत है। इसी कारण सुशील कालरा ने स्पष्ट शब्दों मे लिखा है—"व्यंग्य-चित्र को मनोरंजन की हल्की-फुल्की विधा कहना इस शैली के साथ अन्याय है। व्यंग्य चित्र ठीक से इलाज के लिए निहायत गम्भीरता से तैयार की गई वह 'शुगर कोटेड' कड़वी गोली है, जिसे ग्रहण करने में मरीज को कोई तकलीफ न हो।"[1]

1. कादम्बिनी, अप्रेल, 1976, पृष्ठ 110.

श्री पंकज गोस्वामी के शब्दों में—"हिन्दी पत्रकारिता में कार्टून के भविष्य विषयक मैं मैं कहूँगा यह अब निश्चित हो गया कि कार्टून का अपना खुद का स्थान है। खुशी की बात है कि अब साधारण स्तर का पत्र भी कार्टून को पत्र की आवश्यक सामग्री समझता है। हिन्दी के सभी जाने माने पत्र कार्टून को पूरी एतियात के साथ छापते हैं और पाठकों के बीच चर्चा का विषय भी कार्टून ही रहते हैं। ऊपर के तबके या बुद्धि जीवियों में तो कार्टून देखने और उसके विषय बातचीत करना तो एक आम बात रही है, किन्तु आज नीचे तबके के कम पढ़े लिखे लोग भी कार्टून की चर्चा करते हुए सुने जा सकते हैं। अखबार के पाठक की स्थिति अब दूसरी अन्तर्राष्ट्रीय भाषा से कम रुचिशील नहीं रही है। इसलिए सम्पादकों को इस तरह की सामग्री जुटाने की चिन्ता रहती है। हिन्दी पत्रों में व्यंग्य चित्रों की खूब माग है और आने वाले वर्षों में इसे समय की माग के साथ पत्रों के लिए पूरा करना भी जरूरी हो जायेगा।"[1]

---

1. लेखक को लिखा गया एक पत्र

10
सन्दर्भ–पत्रकारिता

'सन्दर्भ' शब्द संस्कृत धातु 'दृभ' (बाधना या बुनना) मे 'सम्' उपसर्ग लगाकर बना है। सस्कृत कोश के अनुसार इसका अर्थ है—"एक साथ बांधने वाला, संयोजित करने वाला, मिलने वाला, बुनने वाला। इन सब अर्थों का मूल तत्त्व है दो या अधिक वस्तुओ का सयोग"। दो वस्तुओ के मध्य सम्पर्क स्थापित करने के लिए प्रयुक्त सेवा या कार्य को अभिव्यक्त करने के लिए अंग्रेजी में Rejerence Service और हिन्दी मे सन्दर्भ सेवा शब्द का प्रयोग किया जाता है।

'सन्दर्भ' शब्द के शाब्दिक अर्थ को ध्यान में रखते हुए यह प्रयोग उचित है। पुस्तकालय के सन्दर्भ मे दो वस्तुएँ है-पाठक और पुस्तक। इन दोनों में सम्पर्क स्थापित करने के लिए की जाने वाली सेवा 'सन्दर्भ सेवा' है। इसका अर्थ है ग्रन्थ का विषय या उसके अर्थ के साथ पाठक के मन का तादात्मय या कुछ क्षणों के लिए दोनो का लय। दूसरे शब्दों मे कहा जा सकता है विषय का पूर्ण परिचय। इस प्रकार पाठकों को अपने विषयो से परिचित होने के लिए यथा समय की जाने वाली व्यक्तिगत सेवा, उनके प्रश्न या समस्याओ को अच्छी तरह समझकर समाधान हेतु आवश्यक साहित्य उपलब्ध करना, सूचनाएँ एकत्रित कर प्रस्तुत करना, उनकी बौद्धिक कठिनाइयो को समझकर अपने मधुर व्यवहार से अपाठको को भी पाठक बनाना, उनमे अध्ययन के प्रति अधिक से अधिक रुचि उत्पन्न करना आदि बौद्धिक और अन्य वैयक्तिक सहायता को सन्दर्भ सेवा कहते है। इस सेवा का मुख्य विषय पाठक है। उनके अध्ययन सम्बन्धी विषयों को ध्यान में रखते हुए उनकी रुचि, प्रवृत्ति, स्तर और योग्यता के अनुसार उन्हें बौद्धिक सहयोग प्रदान किया जाता है। सन्दर्भ सेवा का यही सामान्य अर्थ है। इस मूलतत्व को दृष्टिगत रखते हुए डॉ. एस. आर. रंगानाथन ने पुस्तकालय विज्ञान की इस शाखा का नाम अंग्रेजी मे सर्वप्रथम" Reference Service रखा।

परिभाषा

उन्नीसवी शताब्दी के तीसरे चरण तक सन्दर्भ सेवा जैसी विचारधारा का विकास नही हुआ था। 1876 ई. मे प्रथम बार, सैम्युल स्वेट ग्रीन नामक अमेरीकन पुस्तकालयाध्यक्ष ने पुस्तकालय सम्मेलन मे पुस्तकाध्यक्षों तथा पाठकों के मध्य व्यक्तिगत सम्बन्धों की आवश्यकता पर बल दिया। तब से 'सन्दर्भ सेवा' की विचारधारा तीव्र गति से आगे बढ़ी। अनेक लेखकों ने सन्दर्भ सेवा को अलग-अलग

ढंग से परिभाषित किया है। जेम्स आई. वायर के अनुसार, 'सन्दर्भ सेवा' पुस्तकालय प्रशासन का वह भाग है, जो कि पाठकों को पाठ्य सामग्री के समझने में दी गई सहायता से सम्बन्ध रखता है। वायर ने इसे और स्पष्ट करते हुए कहा है कि "अध्ययन व अनुसंधान हेतु पुस्तकालय की पाठ्य सामग्री को समझने के लिए दी गई प्रत्यक्ष, सद्भावना पूर्ण एवं अनौपचारिक व्यक्तिगत सहायता ही सन्दर्भ सेवा है।"

सन्दर्भ सेवा की परिभाषा विलियम वो विल्डम ने इस प्रकार दी है— "सन्दर्भ कार्य से तात्पर्य पुस्तकाध्यक्ष द्वारा पाठकों को सूचि की जटिलता से परिचित कराने में, प्रश्नों के उत्तर देने में और संक्षेप में उपलब्ध साधनों (साहित्य) को प्राप्त करने में प्रदत्त हर सन्दर्भ सेवा से है।" अमेरीकन लाइब्रेरी एसोसियेशन द्वारा सम्पादित पुस्तकालय शब्द-संग्रह में सन्दर्भ सेवा की परिभाषा इस प्रकार दी गई है— "पुस्तकालय का वह पक्ष या पहलू जो अध्ययन और शोध के लिए पुस्तकालय साधनों के उपयोग में तथा सूचना प्राप्त करने में पाठकों की सहायता से साक्षात् सम्बंधित है, सन्दर्भ कार्य कहलाता है।"

डॉ एस आर. रंगानाथन के शब्दों में "व्यक्तिगत सेवा के द्वारा योग्य पाठक और योग्य पुस्तक में यथा समय सम्पर्क स्थापित करना सन्दर्भ सेवा है। दूसरे शब्दों में यह वैयक्तिक सेवा के द्वारा पाठक और पुस्तक दोनों में सम्पर्क स्थापित करने की प्रक्रिया है।" सारांश में कहा जा सकता है ज्ञान का विकास और उपयोगी सूचना प्रदान करने हेतु माँग किये जाने पर अथवा भावी आवश्यकता को ध्यान में रखते हुये साहित्यान्वेषण में प्रत्येक पाठक को दी जाने वाली व्यक्तिगत सेवा को 'सन्दर्भ सेवा' कहते हैं। यह सेवा सूक्ष्म रूप से तथ्य परक विषय सम्बन्धित साहित्य को उपलब्ध करती है।

सन्दर्भ सेवा की आवश्यकता

सन्दर्भ सेवा की क्या आवश्यकता है ? यह प्रश्न स्वाभाविक है। सन्दर्भ सेवा के मुख्य दो कार्य हैं—

1. पुस्तकों का संग्रह और संगठन।
2. उनका संरक्षण और माँग किये जाने पर उन्हें प्रदान करना।

सन्दर्भ सेवा के लिए सभी बड़े-बड़े समाचार-पत्र प्रतिष्ठानों में अपने पुस्तकालय होते हैं। एक कुशल शिल्पी की सहायता जिस प्रकार अच्छे उपकरण (औजार) करते हैं, उसी प्रकार सन्दर्भ विभाग एक जागरूक पत्रकार की सहायता करता है। इस सन्दर्भ सेवा को सन्दर्भ पत्रकारिता भी कह सकते हैं, जिसका कार्य समाचारों, लेखों और टिप्पणियों के लिए सही तथ्य और आंकड़े उपलब्ध कराना होता है। उदाहरणार्थ किसी राष्ट्रीय नेता या अन्तर्राष्ट्रीय नेता के देहावसान का समाचार प्रकाशित अथवा प्रसारित करना हो तो केवल मृत्यु का समाचार मात्र देने

से समाचार अधूरा और पंगु बनेगा। समाचार के साथ उस व्यक्ति का व्यक्तित्व एवं कृतित्व प्रस्तुत करना भी बहुत आवश्यक है, जिसकी पूर्ति सन्दर्भ-सेवा करती है।

इन पंक्तियों के लेखक[1] को 22 मार्च, 1971 का दिन अच्छी तरह याद है जिस दिन 'कल्याण' (मासिक पत्रिका) के सम्पादक श्री हनुमान प्रसाद पोद्दार के देहावसान का समाचार मेरठ के संवाददाता ने फोन पर दिया था। यह समाचार अधूरा था और प्रातः पौने आठ बजे प्राप्त हुआ था। लेखक ने सन्दर्भ विभाग से श्री पोद्दार की जीवनी मंगवाकर उनके व्यक्तित्व-कृतित्व के कुछ अंश लेकर समाचार को सम्पूर्ण बनाकर टेलीप्रिन्टर पर दिया। उसी समाचार को आकाशवाणी ने प्रातः आठ बजे अपने समाचार में प्रसारित किया।

समाचार-पत्र प्रतिष्ठानों में सूचना सामग्री के अतिरिक्त सम्बद्ध विषयों पर अधनातन तथ्य प्रदान करने के कारण सन्दर्भ सेवा और सूचना प्रसारण सेवा समानार्थक हो गयी है। इससे स्पष्ट है कि सन्दर्भ पुस्तकालय अथवा सन्दर्भ सेवा किसी भी समाचार-पत्र प्रतिष्ठान के लिए महत्त्वपूर्ण और आवश्यक है। इसी कारण द्वितीय श्रमजीवी पत्रकार वेतन बोर्ड ने समाचार पत्र प्रतिष्ठानों के सन्दर्भ-पुस्तकालय के पदाधिकारियों को भी पत्रकार के वर्ग में शामिल किया है और उनका वेतनमान श्रमजीवी पत्रकारों के समतुल्य निर्धारित किया।

डॉ. एस आर रंगानाथन के अनुसार सन्दर्भ सेवा पुस्तकालय सेवा का सर्वोपरि एवं प्रमुख कार्य है। सन्दर्भ सेवा पुस्तकालय की धुरी के समान है, जिसके चारों और पुस्तकालय के अन्य कार्य-पुस्तक चयन, पुस्तक प्राप्ति, परिग्रहण, वर्गीकरण, सूचीकरण आदि घूमते रहते हैं। यह सभी कार्य सन्दर्भ सेवा प्रदान करने एवं अधिक प्रभावशाली बनाने मे सहायक होते है।

सन्दर्भ विभाग का गठन

सन्दर्भ विभाग के कार्य को समझने से पूर्व इसके गठन के बारे मे जान लेना आवश्यक है। सन्दर्भ विभाग कितना बड़ा होना चाहिए, यह तो समाचार-पत्र प्रतिष्ठान के साधनों पर निर्भर करता है। लेकिन आम तौर पर एक औसत सन्दर्भ पुस्तकालय में एक प्रशिक्षित पुस्तकाध्यक्ष (लाइब्रेरियन) या मुख्य सन्दर्भ अधिकारी (चीफ रेफ़ेंस अधिकारी), चार सन्दर्भ अधिकारी, दो दफ्तरी, एक आशुलिपिक और एक क्लर्क होना चाहिए।

सन्दर्भ विभाग का समस्त कार्य पुस्तकाध्यक्ष या मुख्य सन्दर्भ अधिकारी के मार्ग दर्शन में होता है। सन्दर्भ अधिकारी के लिए स्नातकोत्तर उपाधि और पुस्तकालय विज्ञान मे डिप्लोमा के अलावा पत्रकारिता का भी कुछ अनुभव होना

---

1. हिन्दुस्तान समाचार समिति, दिल्ली में डेस्क इंचार्ज के पद पर कार्यरत

वांछनीय है। सन्दर्भ अधिकारी समाचार-पत्रों, पत्र-पत्रिकाओं को पढ़कर महत्त्वपूर्ण समाचारों और लेखों पर विषय अनुसार चिह्न अंकित कर देता है। इन चिह्नों के आधार पर दफ्तरी सभी कतरनों को काटकर कागज पर चिपकाता है और सम्बन्धित फाइलों में लगा देता है। सन्दर्भ-विभाग के कार्य को निम्न आठ वर्गों में विभक्त किया जा सकता है—

(1) कतरन सेवा—सन्दर्भ विभाग का महत्त्वपूर्ण कार्य है—कतरन सेवा। सम्पादकीय, लेख, टिप्पणियाँ और समाचार को सम्पूर्ण करने में अक्सर सन्दर्भित कतरनों की आवश्यकता पड़ती है। विविध विषयों की इन कतरनों को वर्णक्रमानुसार अलग-अलग रखा जाता है और इनकी सन्दर्भ सूचियाँ इस प्रकार बनाई जाती हैं कि आवश्यकता पड़ने पर यह शीघ्र ही ज्ञात हो जाए कि विभिन्न विषयों की फाइलें कहाँ रखी हैं। घटना घटित होने के कुछ ही क्षणों में उसकी खबर समाचार-पत्र के कार्यालयों में तार, टेलीफोन या टेलीप्रिन्टर द्वारा पहुँच जाती है। उपसम्पादक इन समाचार को प्राप्त करते ही यह देखता है कि इस विषय पर कोई पूर्व प्रकाशित सामग्री उपलब्ध है या नहीं ? इस कार्य के लिए सम्बद्ध विषय पर समाचार-पत्रों की कतरन फाइल ही उपयोगी सिद्ध होती है। संवाददाता शीघ्रता में समाचार भेजते समय उस विषय के सम्बन्ध में अनेक ऐसी बातें बताना भूल सकता है जो कि समाचार को समझने के लिए नये पाठकों के लिए आवश्यक होती हैं।

फाइलें जितनी पुरानी होंगी, उनमें घटना चक्र का उतना ही पुराना इतिहास मिल सकेगा, क्योंकि कतरनें तिथि वार लगाई जाती हैं। हालांकि दैनिक समाचार-पत्रों के लिए बहुत पुराना ब्यौरा अधिक प्रासंगिक नहीं होता।

(2) सन्दर्भ ग्रन्थ—किसी विषय या तथ्य का स्पष्टीकरण अथवा पुष्टीकरण करने में जो तत्काल सहायक सिद्ध होता है, उसे सन्दर्भ ग्रन्थ कहते हैं। अमेरीकन लाइब्रेरी एसोसियशन ग्लोसेरी आफ लाइब्रेरी टर्मस् में इसकी परिभाषा इस प्रकार दी है—"निश्चित विषयों की जानकारी हेतु इसकी रचना विशिष्ट संयोजन पद्धति के द्वारा की जाती है। इसका अध्ययन निरन्तर कदाचित् ही किया जाता है और इसका उपयोग पुस्तकालय के अन्दर सीमित रहता है।" डॉ. एस. आर. रंगानाथन के शब्दों में, "सन्दर्भ ग्रन्थ ज्ञात सूचनाओं का संकलन तथा संगठन इस प्रकार करता है कि अभीष्ट सूचना तत्काल और विशद रूप से सामने आती है।"

अनुसंधान, पुरातत्त्व, प्राकृतिक दुर्घटना, राजनीतिक और सैनिक सम्बन्धों तथा कुछ स्थान एवं व्यक्ति के विषय में जानकारी के अभाव में कई समाचारों को समझना कठिन होता है। किसी व्यक्ति के सम्मानित या देहावसान होने पर उसके जीवन और कार्यों का मूल्यांकन करने के लिए उसकी जीवनी का ज्ञान होना आवश्यक है। इसी प्रकार भारत-चीन सीमा वाद-विवाद पर सम्पादकीय लेख लिखने से पूर्व दोनों देशों का वर्तमान में राजनीतिक सम्बन्ध कैसा है? यह जानना आवश्यक है। इस

तरह के कार्यों के लिए सन्दर्भ सेवा विभाग कई प्रकार के मानचित्र, एटलस, जीवनियाँ, जीवनी-कोश अजदा हूं. इज. हूं. जैसे सन्दर्भ ग्रन्थ एकत्रित करता है। राष्ट्रीय वार्षिकयाँ जैसे—"भारत 1985, 'टाइम्स आफ इण्डिया वार्षिकी,' 'स्टेट्स मैन ईयर बुक,' 'योरप ईयर बुक' 'हिन्दुस्तान समाचार वार्षिकी' आदि का संग्रह भी आवश्यक है। इसके अतिरिक्त दैनिक पत्रो के लिए सन्दर्भ विभाग मे 'रिकार्डरों' का होना नितान्त जरूरी है।

'रिकार्डर' एक प्रकार के साप्ताहिक प्रकाशन है। जो देश-विदेश के प्रकाशित समाचारों को सारांश में प्रकाशित करते हैं। वर्ष भर के या इससे अधिक समय के अंकों को सजिल्द रखा जा सकता है। हर जिल्द के अन्त में प्रकाशक द्वारा भेजी गई विषय सूची (इंडेक्स) लगी रहती है जो वांछित सूचना प्राप्त करने मे सहायक होती है। इनके अलावा भाषा कोश शब्दों की व्युत्पत्ति एवं प्रयोग सम्बन्धी पुस्तिकाएँ, व्याकरण ग्रन्थ, मुहावरा-कोश, आदि का सन्दर्भ विभाग में होना अत्यन्त आवश्यक है।

(3) लेख सूची—सन्दर्भ पुस्तकालय में देश-विदेश की पत्र-पत्रिकाएँ आती हैं। इनमें अनुसंधानात्मक और विश्लेषणात्मक लेख रहते है। इन-पत्रिकाओं मे प्रकाशित लेखों की सन्दर्भ सूचियाँ कार्डों पर दर्ज कर ली जाती हैं कि किस विषय पर किस पत्रिका के किस संस्करण में किसका लेख प्रकाशित हुआ है।

(4) फोटो विभाग—समाचार पत्र-प्रतिष्ठानों में व्यक्तियों, स्थानों, घटनाओं आदि के सम्बन्ध में प्रतिदिन अनेकों फोटो प्राप्त होते हैं। इन फोटोओं को भी क्रम से सुरक्षित रखा जाता है, ताकि आवश्यकता पड़ने पर सम्बन्धित फोटोओं को शीघ्र ही सम्पादकीय विभाग को उपलब्ध कराया जा सके। इनमें दुर्लभ फोटो भी होते हैं।

(5) पृष्ठभूमि विभाग—इस विभाग मे राजनीतिक पार्टियों के चुनाव घोषणा पत्रों, किसी स्थान या प्रतिष्ठान की विवरण पुस्तिकाओं आदि सामग्री को सुव्यस्थित ढंग से रखा जाता है।

(6) रिपोर्ट विभाग—समय-समय पर प्रकाशित सरकारी रिपोर्ट, जाँच आयोगों, वेतन मण्डलो की रिपोर्ट भी सन्दर्भ सामग्री में महत्त्वपूर्ण स्थान रखती है। सही विस्तृत और तथ्य परक जानकारी इन्ही रिपोर्टों के अध्ययन से मिल सकती है। सन्दर्भ पुस्तकालय में इसी प्रकार की महत्त्वपूर्ण रिपोर्टों को सुरक्षित रखा जाता है।

(7) सामान्य पुस्तकें—समाचार-पत्र प्रतिष्ठानों के सन्दर्भ विभाग में समाज, कला, संस्कृति, साहित्य, विज्ञान आदि विषयों की पुस्तकों का विशेष प्रयोग नहीं होता तथापि सम्पादकीय विभाग में समीक्षा के लिए आई ढेर सारी पुस्तकों में से कुछ महत्त्वपूर्ण पुस्तकें सन्दर्भ विभाग में संगृहीत रहती हैं। इनके अलावा इतिहास, राजनीति, अर्थशास्त्र, विदेश नीति आदि विषयों पर पुस्तकों का संग्रह सन्दर्भ सेवा की उपयोगिता में वृद्धि करता है।

(8) भण्डार विभाग—भण्डार विभाग सम्पूर्ण सन्दर्भ विभाग का महत्त्वपूर्ण अंग है। इसमें वर्षों पुरानी पत्र-पत्रिकाओं की फाइलें सुरक्षित रखी जाती है। समाचार-पत्र प्रतिदिन का इतिहास दर्ज करते हैं और इतिहास की सही विस्तृत जानकारी के लिए पत्र-पत्रिकाओं को सुरक्षित रखना बहुत आवश्यक है।

भण्डारों में सुरक्षित पत्र-पत्रिकाओं का उपयोग सरलता पूर्वक तभी हो सकता है जबकि इनकी विषय सूची तैयार कर पाठकों को उपलब्ध की जाएँ। इस कार्य के लिए पृथक् रूप से सुप्रशिक्षित विषय सूची विभाग सगठन आवश्यक है। भारत में हिन्दी पत्रकारिता को यह सेवा अभी उपलब्ध नही है। कुछ अंग्रेजी समाचार-पत्रों ने यह कार्य अवश्य प्रारम्भ कर दिया है।

सन्दर्भ विभाग-स्मृति कोश

इस प्रकार सन्दर्भ विभाग समाचार-पत्र प्रतिष्ठानों का महत्त्वपूर्ण अंग है। सम्पादकीय विभाग समाचार-पत्र प्रतिष्ठान का मस्तिष्क होता है तो सन्दर्भ-विभाग इस मस्तिष्क का स्मृति कोश है। मजाक में सन्दर्भ विभागो को पत्र-पत्रिकाओं का मुर्दाघर भी कहा जाता है। सन्दर्भ विभाग का कार्य पत्रिकाओं की पुरानी प्रतियाँ सुरक्षित रखना ही नही बल्कि और भी बहुत कुछ है, जिसके बिना कोई भी समाचार-प्रतिष्ठान सुगठित नही माना जाता।

सार्वजनिक पुस्तकालयों में आम तौर पर पुस्तकें और कुछ पत्र-पत्रिकाएँ ही रहती है, लेकिन समाचार-पत्र प्रतिष्ठानो के सन्दर्भ पुस्तकालयों मे समाचार-पत्रों की कतरनों की फाइलों का स्थान अधिक महत्त्वपूर्ण है। अन्य पुस्तकालय से सन्दर्भ-पुस्तकालय का स्वरूप भिन्न होता है। पत्र-पत्रिकाओं के सन्दर्भ विभाग में साहित्यिक, तकनीकी अथवा अन्य पुस्तकों का विशेष महत्त्व नही है। यहाँ तो अधिकांश सन्दर्भ-ग्रन्थ ही रहते हैं, जैसे हू इज हू, रिकार्डर, शब्द कोश, जीवनी-कोश, भौगोलिक कोश, मानचित्र, विश्व कोश आदि।

समाचार-पत्र के सन्दर्भ विभाग की यही सबसे बड़ी उपलब्धि है कि वह पत्र-कारों को किसी भी विषय पर तत्काल जानकारी उपलब्ध कराता है। सन्दर्भ विभाग केवल सम्पादकीय विभाग के लिए ही नही, बल्कि प्रसारण (सुर्क्युलेशन) विभाग, विज्ञापन विभाग और प्रशासनिक विभाग के लिए भी अत्यन्त उपयोगी सिद्ध हुआ है। सन्दर्भ विभाग प्रसारण-विभाग को यह बता सकता है कि किस नगर की कितनी आबादी है, वहाँ कितनी पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित होती है और उनके कितने पाठक है। इसी प्रकार सन्दर्भ विभाग विज्ञापन-विभाग को यह सूचना दे सकता है कि देश-विदेश मे कौन-कौन सी विज्ञापन एजेन्सियाँ कार्य कर रही हैं और उनकी साधन क्षमता क्या

है। यह प्रशासनिक विभाग को भी न्यूजप्रिन्ट पालिसी, श्रमजीवी पत्रकार वेतन बोर्ड की सिफारिशों, सरकारी नीतियों और घोषणाओं से अवगत कराता है।

हिन्दी पत्रों के सन्दर्भ विभाग

हिन्दी पत्रों में सम्पादकीय लेखन के लिए व्यवस्थित सन्दर्भ विभाग बहुत कम है। 'नवभारत टाइम्स' और 'हिन्दुस्तान' ही कुछ ऐसे प्रमुख पत्र हैं, जिनके पास सुरक्षित और व्यवस्थित सन्दर्भ विभाग हैं। कुछ अन्य पत्रों में सन्दर्भ विभागों के गठन के लिए प्रयास चल रहे है, पर उन्हें संतोषजनक नहीं कहा जा सकता है।

सन्दर्भ विभाग के कार्य की सीमा और योगदान को इस तथ्य से भी आँका जा सकता है कि बड़े-बड़े देशों के प्रसिद्ध समाचार प्रतिष्ठानों के सन्दर्भ विभागों में एक सौ से दो सौ तक प्रशिक्षित कर्मचारी रहते है। अमेरिका के दैनिक 'न्यूयार्क टाइम्स' में एक सौ से अधिक कर्मचारी केवल सन्दर्भ विभाग में कार्यरत है।

11
पत्रकार आचार-संहिता

आचार संहिता पर बहुत सावधानी के साथ विचार करना चाहिए। जजों के लिए भी आचार संहिता की बात उठी थी। मैं तो यही कहूँगा कि पत्रकार ईमानदारी से रिपोर्टिंग करे और उनकी समाचार कथाएँ वस्तुनिष्ठ हों। उनमें यह समझ होना चाहिए कि हमें यह करना है और यह नहीं। आचार संहिता तो जीवन के हर क्षेत्र में होनी चाहिए।

श्री अमरेन्द्र नाथ सेन
(भारतीय प्रेस परिषद् के अध्यक्ष)

जन सचार एक ऐसा माध्यम है जिसका सम्बन्ध समाज के सभी वर्गों से है। गत वर्षों से जन सचार एक सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर आया। समाचार-पत्रों ने जन मानस को दिशा देने एव उन्हें परिष्कृत करने मे एक महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है। उसने पुरानी मान्यताओं को बदलकर नई मान्यताएँ व धारणायें बनाई हैं। यह आवश्यकता अनुभव की गई है कि इस माध्यम का दुरुपयोग न हो। समाचार पत्रों पर कई प्रकार के दबाव पड़ते हैं। लोकतन्त्र की सफलता के लिए समाचार पत्रों का तटस्थ तथा निष्पक्ष होना परमावश्यक है। अतः पत्रकारिता को पवित्र रखने, उसे निरकुशता एवं कर्त्तव्यहीनता से बचाने के लिए पत्रकार व पत्रकार संगठनों ने कुछ नीति नियम बनाये हैं, जिसे पत्रकार आचार-सहिता कहा जाता है। यह आचार-सहिता जहाँ पत्रकार-समाज को उच्छृखल और उत्तरदायित्व विहिन होने से रोकती है वहाँ दूसरी ओर पत्रकारिता के स्तर को भी ऊँचा बनाये रखती है।

प्रेस परिषद् की स्थापना व उद्देश्य

प्रेस आयोग (1952) ने प्रेस परिषद् की स्थापना की सिफारिश की थी। इसी सिफारिश के आधार पर सन् 1956 मे प्रेस-परिषद् अधिनियम पारित हुआ। इसी अधिनियम के अधीन बनाई गई प्रेस-परिषद् के उद्देश्य निम्न है—

(1) समाचार पत्रों की स्वतन्त्रता की रक्षा करना।

(2) व्यवसाय के उच्च स्तर के अनुसार पत्रकारो के लिए आचार-सहिता तैयार करना।

(3) यह व्यवस्था करना कि समाचार पत्र और पत्रकार समाचार और लेख प्रकाशित करते समय भाषा- लालित्य और सार्वजनिक सुरुचि के नियम का उल्लंघन न करें और नागरिकता के कर्त्तव्यों और अधिकारों के प्रति पूर्ण निष्ठा का परिचय दें।

(4) पत्रकारों को अपनी लेखनी के माध्यम से राष्ट्र सेवा के लिए प्रेरित करना।

(5) उन सभी परिस्थितियों पर दृष्टि रखना जिसके परिणामस्वरूप सार्वजनिक हित से संबंधित समाचारों के संकलन और वितरण में रुकावट पैदा होती है।

(6) पत्रकारों के प्रशिक्षण के लिए संतोषजनक प्रबन्ध करना।

(7) समाचार पत्रों की सहायतार्थ आवश्यकतानुसार समाचार के संकलन और वितरण के लिए एक सामान्य अभिकरण की स्थापना।

(8) पत्रकारिता से सम्बन्धित सभी वर्गों के कर्मचारियों के बीच सहयोग और सामंजस्य की स्थापना। अखबारी कारोबार में एकाधिकार की रोकथाम।

(9) पत्रकारिता सम्बन्धी तकनीकी खोज को प्रोत्साहन देना।

प्रेस परिषद् 1 अध्यक्ष तथा 28 सदस्यों से मिलकर गठित की जाती है। ये सम्पादकों, श्रमजीवी पत्रकारों, समाचार पत्रों के मालिकों प्रबन्धकों, शिक्षा शास्त्रियों और संसद् सदस्यों में से चुने जाते हैं। प्रेस परिषद् उन समाचार पत्रों और पत्रकारों के विरुद्ध शिकायतों की जाँच करती है जिन पर पत्रकारिता की आचार-संहिता का उल्लघंन करने का आरोप होता है। जाँच के बाद प्रेस-परिषद् दोषी पक्ष के विरुद्ध निन्दा का प्रस्ताव पास करती है।

नेशनल एण्ड पेन अमेरिकन प्रेस कांफ्रेंस

नेशनल एण्ड पेन अमेरिकन प्रेस कांफ्रेंस ने पत्रकारों के लिए 'दस धर्म' अपनी आचार सहिता मे निश्चित किये हैं—

(1) अपने पत्र के नाम पर गर्व कीजिए। जोश के साथ अपना उत्साह दिखाइये पर व्यर्थ घमण्ड मत कीजिए।

(2) पत्रकारों में जड़ता मृत्युवत् है। एक ही लकीर को पीटते रहना बौद्धिक मृत्यु के सिवा और कुछ नही।

(3) अवसर मत खोइये। अपना ज्ञान जितना भी बढ़ा सके बढ़ाइये। नवीनता प्रदर्शन से मत चूकिये।

(4) व्यक्ति से बड़ा समाज है। सरकार से बड़ा देश है। मनुष्य नश्वर है। संस्था और सिद्धांत अमर है।

(5) आर्थिक और साहित्यिक दोनों क्षेत्रों में आक्रमण का सामना आक्रमण से करिए। शांति से रहना हो तो अपनी रक्षा के लिए हमेशा तैयार रहिए। तलवार और पैसा दोनों कलम के दुश्मन हैं। आवश्यकता पड़े तो सम्मान, की रक्षा के लिए जीवन और धन दोनों की बलि दीजिए।

(6) दृढ़ रहिए, पर हठी नहीं। परिवर्तन शील बने पर कमजोर नहीं। उदार बने पर हाथ बिलकुल ढीला मत छोड़िये।

(7) स्पष्टवादी, समर्थ और फुर्तीले रहिए तभी आपका सम्मान होगा। कमजोरी परलोक के लिए अच्छी है, नहीं तो वह नपुंसकता ही है।

(8) जो कुछ छपा है उस सबकी जिम्मेदारी लीजिए। व्यर्थ दोषारोपण पाप है। प्रतिष्ठा की हानि करने वाली रचनाएँ न छापें। घूस लेना पाप है।

(9) विज्ञापन लेख की तरह छापना पाप है। साथी पत्रकार की जगह लेने की इच्छा रखना, कम वेतन पर काम स्वीकार करके साथी पत्रकार को निकालना भी पाप है। रहस्य जतन से रखिये। पत्र स्वातन्त्र्य या पत्र की शक्ति का व्यक्तिगत उपयोग कभी न कीजिए।

(10) अधिक से अधिक मित्र बनाइये। मित्र ऐसे हो जो आदर के पात्र हों या जिनकी मित्रता से आपका सम्मान बढ़े। कुछ लोग आप से शत्रुता भी करेंगे, लेकिन आप निर्भीक और निःस्वार्थ होकर अपना काम करते रहें।

अमेरिकन सोसायटी ऑफ न्यूज पेपर एडीटर्स

अमेरिकन सोसायटी ऑफ न्यूज पेपर एडीटर्स ने अपनी आचार-संहिता में समाचारों में टीका-टिप्पणी न करने और विचारों को लिखने वाले का नाम भी प्रकाशित करने पर बल दिया है—

(1) समाचार या लेखों में जो कुछ दिया गया हो, उसके अनुरूप ही उसका शीर्षक हो।

(2) समाचारों मे टीका-टिप्पणी नही होनी चाहिए। टीका-टिप्पणी जहां हो वहां लेखक का नाम भी होना चाहिए।

(3) अनेक बार पाठक निम्न स्तर की निन्दा-चर्चा पढ़ना अधिक पसंद करते हैं। ऐसी स्थिति में जनहित को ही समक्ष रखना चाहिए, भले ही इसके लिए ग्राहकों को निराश करना पड़े।

(4) भूल सुधार के लिए सदैव तत्पर रहना चाहिए।

(5) समाचार-पत्रों का सर्वप्रथम कर्त्तव्य लोकमत का प्रतिनिधित्व और मानवीय जीवन को उसकी समूची सार्थकता के साथ प्रतिबिम्बित करना है।

इस कर्त्तव्य की पूर्ति के लिए पत्रकारिता एक विलक्षण प्रतिभा और असाधारण अथवा मौलिक योग्यता की माग करती है।

(6) पत्रकार न केवल समाज की जानकारी के लिए घटनाओं के विवरण को लिपिबद्ध करता है, अपितु वह समाज का प्रतिनिधि और परामर्शदाता भी होता है।

(7) जनहित एक ऐसा हेतु है, जिससे प्रेरित होकर कोई भी पत्र निर्भीकता के साथ बड़ी से बड़ी शक्ति का सामना कर सकता है।

(8) प्रेस की स्वतन्त्रता समस्त मानवता का जन्म सिद्ध अधिकार है और पत्रकार इस अधिकार का सतर्क और निडर रक्षक है।

(9) पत्रकारिता को सार्थक करने के लिए यह आवश्यक है कि पत्रकार अपने पाठकों से कभी विश्वासघात न करें, अर्थात् यथा तथ्य को वह उनके सामने रखे और उसकी लेखनी से वही शब्द निकलें जिनके सत्य एवम् न्याय संगत होने का साक्षी उसकी अंतरात्मा हो।

अमेरिकन न्यूज पेपर गिल्ड

अमेरिकन न्यूज पेपर गिल्ड ने ये नियम प्रतिपादित किये हैं—

(1) स्वतन्त्र बुद्धि, आत्म सम्मान और निष्पक्षता, ये गुण पत्रकारों में आवश्यक हैं।

(2) समाचार सम्पादन सम्पादकीय-विभाग में होना चाहिए, व्यवस्था विभाग में नहीं। चूंकि व्यवस्था विभाग पत्र के आर्थिक पक्ष की अधिक चिंता करता है अतः उसके द्वारा पक्षपात हो जाने की पूर्ण संभावना है।

(3) जब पत्रकार पर विश्वास रखकर कोई रहस्य बताया जावे तब उस रहस्य का या रहस्य बताने वाले स्रोत का उद्घाटन अदालत में भी पत्रकार को नहीं करना चाहिए और जब तक न्यायालय से फैसला नहीं हो जाता तब तक किसी को अपराधी नहीं मानना चाहिए।

(4) न्यायालय के सामने सब मनुष्य बराबर है।

(5) पत्रकारों को राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, आनुवंशिक या धार्मिक पूर्वाग्रही दोषों से मनुष्य-मनुष्य में भेद नहीं करना चाहिए। औचित्य और तथ्य की सदैव रक्षा हो। पत्रकार अपने आपको किसी राजनीतिक दल, आर्थिक हित, समाज विशेष, धर्म विशेष या जाति विशेष से सम्बन्धित महसूस कर पक्षपात न करें।

राष्ट्रीय संघ ग्रेट ब्रिटेन

पत्रकारों के राष्ट्रीय संघ ग्रेट-ब्रिटेन ने जो आचार-संहिता बनाई है, उसके प्रमुख अंश इस प्रकार हैं—

(1) सहयोगी पत्रकारों से वैसा ही व्यवहार किया जाये जैसा आपको अपेक्षित हो।

(2) अदालत की मानहानि, कापी राइट और बदनामी का हमेशा ध्यान रखें।

(3) अदालती समाचारों में समाचार लेखन के समय सभी पक्षों के साथ न्यायोचित व्यवहार होना चाहिए।

अखिल भारतीय समाचार-पत्र सम्पादक सम्मेलन—1953

25 सितम्बर, 1953 को अखिल भारतीय समाचार-पत्र सम्पादक सम्मेलन की स्थाई समिति ने एक 15 सूत्री आचार-संहिता स्वीकार की :

(1) समाचार-पत्र लोकमत निर्माण के प्रमुख साधन होते हैं। पत्रकारों को एक न्यास के समान मानना चाहिए और मानव की शांति एवं लोकहित की रक्षार्थ एवं सेवार्थ सदैव तत्पर रहना चाहिए।

(2) पत्रकारों द्वारा मूल मानवीय तथा सामाजिक अधिकारों को उचित सम्मान दिया जाना चाहिये। अपनी वृत्ति या पेशे को पुनीत कर्तव्य मानकर समाचार लेखन के समय संवाददाता को हमेशा निष्ठावान एवं न्याय निष्ठ होना चाहिये।

(3) जातीय, धार्मिक तथा आर्थिक भेदों से उत्पन्न सामाजिक खिंचावों के समाचार देते समय अथवा उन पर टिप्पणी करते समय पत्रकारों को विशेष तौर से अपने ऊपर नियन्त्रण रखना चाहिये।

(4) पत्रकार यह ध्यान रखे कि जो कुछ प्रकाशित हो रहा है उसमें तथ्य की एक भी गलती न हो। कोई भी तथ्य न तो तोड़ा-मरोड़ा जाए और न कोई आवश्यक तथ्य छिपाया जाये।

(5) जो भी समाचार और विचार प्रकाशित हों उसका उत्तरदायित्व स्वीकार किया जाये। यदि जिम्मेदारी न लेनी हो तो उसका पूर्व उल्लेख किया जाये।

(6) विश्वास का सदैव सम्मान किया जाये। व्यावसायिक गोपनीयता को अवश्य संरक्षण दिया जाना चाहिए।

(7) गलत बातों या समाचारों का शीघ्र स्वेच्छा से खंडन करना चाहिए।

(8) पत्रकार अपने पद एवं प्रतिष्ठा का गैर-पत्रकार प्रयोजनों के लिए उपयोग नहीं करेंगे।

(9) पत्रकार अपने व्यावसायिक आचरण को व्यक्तिगत स्वार्थ से प्रभावित नहीं होने देंगे।

(10) किसी बात या घटना को छापने या ना छापने के लिए रिश्वत माँगने या स्वीकार करने से बढ़कर और कोई पाप नहीं।

(11) समाचारों व तथ्यों के संकलन, उचित टीका टिप्पणी करने व प्रकाशन की स्वतन्त्रता—ये ऐसे सिद्धात हैं जिनकी रक्षा के लिए प्रत्येक पत्रकार को सदैव तत्पर रहना चाहिए।

(12) पत्रकार अपने सहयोगियों के प्रति अपने दायित्व के सम्बन्ध में सचेत रहे। वे ऐसा कोई कार्य नही करे जिसमे उनके साथी पत्रकार अपनी आजीविका से वंचित हो।

(15) समाचार पत्रों में ऐसे व्यक्तिगत वाद-विवादों को स्थान देना जिनमें जनहित का अभाव हो, पत्रकारिता-व्यवसाय के सम्मान के विरुद्ध माना जायेगा।

(14) किसी के निजी जीवन की बातों के सम्बन्ध में अफवाहें या अन्य बातें छापना व्यवसाय के विरुद्ध है। व्यक्तिगत जीवन सम्बन्धी सत्य तथ्य भी तब तक प्रकाशित नही किये जायेंगे जब तक उनको प्रकाशित करना जनहित में आवश्यक नही हो।

(15) समाचार-पत्र ऐसी सामग्री प्रकाशित नही करेंगे जिससे दुष्कर्म और अपराध को प्रोत्साहन मिलता हो।

समाचार-पत्र सम्पादक सम्मेलन—1975

सन् 1975 में जब देश में आपात स्थिति की घोषणा हुई, समाचार-पत्रों पर भी अनेक प्रकार के प्रतिबंध लगे। इस स्थिति में समाचार पत्र सम्पादकों का सम्मेलन हुआ और उसमें पत्रों तथा पत्रकारों के लिए एक आचार-संहिता स्वीकार की गई—

(1) अपने कर्त्तव्य के निर्वहन में पत्रकार मूलभूत मानवीय एवं सामाजिक अधिकारों की ओर पूरा ध्यान रखेंगे और समाचारों के प्रस्तुतीकरण एवं विचारों के प्रतिपादन में सद्भावना तथा न्याय परायणता को अपना व्यावहारिक उत्तर दायित्व मानेंगे।

(2) पत्रकार और समाचार-पत्र राज्य और जनता की उन गतिविधियों पर प्रकाश डालने और उनको प्रोत्साहित करने का प्रयास करेंगे जिनसे राष्ट्रीय एकता और सुदृढ़ता, भारत की अखंडता तथा आर्थिक और सामाजिक प्रगति को बल मिलता है।

(3) पत्रकार और समाचार-पत्र उन समाचारों और टिप्पणियों को प्रकाशित नहीं करेंगे जिनसे ऐसे तत्वों को बल मिलता हो, जिससे नागरिक उथल-पुथल, विद्रोह और बगावत की संभावना हो। हिंसा की खुले शब्दों में निन्दा करनी चाहिए।

(4) पत्रकार और समाचार-पत्र यह सुनिश्चित करेंगे कि समाचार तथ्यात्मक

हो। किसी भी तथ्य को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जायेगा। न ही ऐसे समाचारों को प्रकाशित किया जायेगा जो असत्य हो या अविश्वसनीय हो।

(5) ऐसे काल्पनिक समाचार प्रकाशित नहीं होंगे जो उत्तेजनात्मक हो या जिनसे अर्थ का अनर्थ होता हो। गलत समाचारो या टिप्पणी का संशोधन प्रमुखता से प्रकाशित किया जायेगा।

(6) विश्वास का सदा आदर किया जायेगा। व्यावसायिक गोपनीयता की रक्षा होगी।

(7) पत्रकार अपने पद एवं प्रतिष्ठा का उपयोग गैर पत्रकार प्रयोजनाओं के लिए अथवा गैर-पत्रकार उद्देश्यों के लिए सूचना एकत्रित करने के वास्ते नहीं करेंगे, और न वे अपने व्यावसायिक आचरण को व्यक्तिगत स्वार्थ से प्रभावित होने देंगे।

(8) पत्रकार किसी भी समाचार या टिप्पणी का प्रकाशन करने के लिए किसी प्रकार का प्रलोभन अथवा घूस स्वीकार नहीं करेंगे।

(9) पत्रकार और समाचार पत्र लोकहित के अतिरिक्त किसी भी वाद-विवाद में नहीं पड़ेंगे।

(10) पत्रकार और समाचार-पत्र अफवाह या गप्प या व्यक्तियो के जीवन से सम्बन्धित संदिग्ध समाचारो का प्रकाशन नहीं करेंगे।

(11) समाचार-पत्र ऐसी सामग्री (विज्ञापन सहित) भी नहीं प्रकाशित करेंगे जो अश्लील हों या जिनसे दुष्कर्म अपराध या गैर कानूनी गति विधियो को प्रोत्साहन मिलता हो।

(12) पत्रकार और समाचार-पत्र लोकतन्त्र, धर्म निरपेक्षता और समाजवाद के राष्ट्रीय उद्देश्यो को बढ़ावा देंगे और उनको प्रतिबिम्बित करेंगे।

(13) पत्रकार और समाचार-पत्र ऐसे दंगों के समाचार या विस्तृत विवरण प्रकाशित नहीं करेंगे जो किसी जाति, समुदाय, वर्ग, धर्म क्षेत्रीय या भाषायी गुट से सम्बन्धित हो तथा अधिकारिक पुष्टि के बिना सम्मलित गुटों की संख्या या पहचान का ब्यौरा प्रकाशित नहीं करेंगे।

(14) पत्रकार और समाचार-पत्र ऐसी सूचना या टिप्पणी प्रकाशित नहीं करेंगे जिनसे भारत की प्रभुसता और अखडता, देश की सुरक्षा अथवा विदेशों से मैत्री सम्बन्धों को आघात पहुँचता हो।

प्रेस आचार-संहिता की आवश्यकता का विवाद

जून, 1985 में दिल्ली में आयोजित सूचना मंत्रियो के सम्मेलन में यह माँग की गई कि पत्रकारिता के लिए एक आचार-संहिता बनाई जाये। केवल इतना ही नहीं सूचना मंत्रियों की यह भी टिप्पणी थी कि कतिपय मामलो मे प्रेस कानून की भूमिका उत्तरदायित्व पूर्ण नहीं रही। केन्द्रीय सूचना प्रसारण मन्त्री प्रो. व्ही. एन.

गाडगिल का कहना था कि—"भारतीय प्रेस परिषद् को पत्रकारिता व्यवसाय के विभिन्न संगठनों की राय लेकर संहिता बनानी चाहिए क्योंकि यदि डाक्टरों और वकीलो के लिए आचरण संहिता हो सकती है तो प्रेस के लिए क्यों नही ?"

भारत सरकार ने सन् 1978 में एक नया विधेयक लोकसभा में पारित कर नई प्रेस परिषद् का गठन किया है। इसका एक कार्य प्रेस से सम्बन्धित विभिन्न सगठनो की राय लेकर आचार-संहिता का निर्माण करना भी है।

सन् 1977 मे आल इण्डिया एडीटर्स कार्फेंस ने पत्रकारों के लिए एक आचार-सहिता बनाई थी। मार्च, 1978 में उसे लागू करने के लिए निगरानी समिति भी बनाई गई थी। बाद में 1978 का नया प्रेस कौंसिल एक्ट आ गया इसलिए उक्त आचार-सहिता पर अमल रुक गया। नये एक्ट की धारा 13 (2) (ब) मे कहा गया है कि प्रेस परिषद् इस व्यवसाय के उच्च मापदंडों के अनुरूप समाचार पत्रों, समाचार समितियों तथा पत्रकारों के लिए आचार-संहिता बनायेगी।



12
रेडियो समाचार

"हम दूरदर्शन का मुकाबला नहीं कर सकते। यह दृश्य माध्यम होने के कारण श्रेष्ठ है लेकिन रेडियो की अपनी विशेषताएं हैं, जिसकी जगह दूरदर्शन नहीं ले सकता। संगीत, समाचार और गांव-गांव तक पहुँच से हमारा मुकाबला दूरदर्शन नहीं कर सकता। विश्व में कहीं भी दूरदर्शन ने रेडियो की जगह नहीं ली।"

—डॉ. सुरेश माथुर
(आकाशवाणी के महानिदेशक)

आजकल जन संचार की कई विधाएँ प्रचलित हैं, समाचार-पत्र, आकाशवाणी और दूरदर्शन इसके प्रभावशाली माध्यम माने जाते है। भारत जैसे विविधता वाले देश में जहाँ कि पढ़े-लिखे लोगों का अनुपात कम है, समाचार और विचार के लिए आकाशवाणी पर ही निर्भर करना पड़ता है। कम समय में देश के दूरस्थ गाँवों तक समाचारों को पहुँचाने की यह व्यवस्था समाचार-पत्रों की दुनियाँ से बड़ी मायने में भिन्न हैं।

जहाँ समाचार-पत्र की बात दस्तावेज के रूप में सामने रहती है वहाँ आकाशवाणी की पत्रकारिता सुने हुए सत्य के रूप में आम जनता की धरोहर होती है। आज भी रेडियो से प्रसारित समाचार आम जनता में विश्वसनीयता के प्रमाण माने जाते हैं। जब कभी विशेष राजनीतिक स्थितियाँ अथवा हस्तक्षेप हुए हैं, आकाशवाणी के समाचार प्रसारण आलोचना के शिकार बने हैं। कहने का तात्पर्य यह है कि आकाशवाणी-पत्रकारिता अपना एक विशेष महत्व रखती है।

आकाशवाणी के कुल प्रसारण समय का लगभग एक चौथाई समय प्रसारणों के लिए दिया जाता है। इस समय आकाशवाणी से प्रतिदिन 275 समाचार-बुलेटिन प्रसारित किये जाते है। स्वदेशी सेवा में सबसे अधिक बुलेटिन हिन्दी और अंग्रेजी मे प्रसारित किये जाते हैं। हिन्दी और अंग्रेजी मे 18–18 बुलेटिन प्रसारित किये जा रहे हैं। इसके अतिरिक्त असमी, बंगला, कन्नड़, तमिल, तेलगु, गुजराती, मराठी, पजाबी, सिंधी, सस्कृत, नेपाली, कश्मीरी, डोगरी, उर्दू, मलयालम जैसी प्रमुख भाषाओं मे भी समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते है। इनमे अधिकतर बुलेटिन का समय 10 मिनट का होता है। केवल कुछ बुलेटिनों का समय 15 मिनट (जैसे

शाम का हिन्दी, अंग्रेजी, अरुणाचल-असमी, कश्मीरी और डोगरी) का होता है। संस्कृत का बुलेटिन 5–5 मिनट का होता है और इसका प्रसारण सुबह और शाम दोनों समय होता है। आकाशवाणी से प्रातः 7 बजे से लेकर रात्रि के 12 बजे तक हर घंटे समाचार-बुलेटिनो का प्रसारण किया जाता है। आजकल प्रतिदिन 60 भाषाओं में समाचार बुलेटिन प्रसारित किये जाते है।

30 मिनट की अवधि का धीमी गति का समाचार बुलेटिन भी प्रतिदिन प्रसारित किया जाता है। धीमी गति के समाचार मुख्यतः दूर-दराज से प्रकाशित उन दैनिक पत्रों के लिए उपयोगी रहता है जिनके कि पास समाचार पहुँचने के या समाचार-संकलन के साधन नही हैं। समाचारों के अन्तर्गत विशिष्ट विषय विशेष के बुलेटिन भी प्रसारित किये जाते है। जैसे कि खेल समाचार, विश्व समाचार, जन रुचि समाचार और विकास समाचार।

समाचार प्रभाग समाचारों के अलावा सामयिक प्रसगो पर विभिन्न भाषाओं में 'सामयिकी' और 'स्पोटलाइट' नामक वार्ताक्रम प्रसारित करता है तथा 'न्यूज-रील' का संयोजन भी करता है। इसके साथ ही आंखो देखा हाल, खेल समीक्षा, ससद् समीक्षा, विधान सभा समीक्षा, जिले की चिट्ठी जैसे समाचार प्रधान कार्यक्रम भी श्रोताओं के लिए तैयार करता है। 'समाचार पत्रो से' शीर्षक कार्यक्रम प्रमुख अखबारों की सम्पादकीय चेतना का परिचय देता है तथा इस सारे प्रसारण-चक्र को देश के जाने-माने पत्रकारो के सहयोग से चलाया जाता है।

आकाशवाणी का समाचार सेवा-प्रभाग विश्व के सबसे बड़े समाचार सेवा सगठनों मे से एक है। आकाशवाणी में समाचार संकलन, लेखन और सम्पादन करने के लिए सम्पूर्ण अलग व्यवस्था है जिसे 'समाचार सेवा प्रभाग' के रूप मे जाना जाता है। समाचार सेवा प्रभाग में इसका प्रमुख केन्द्र एक सामान्य कक्ष यानी 'जनरल न्यूज रूम' होता है। इसमे एक प्रभारी सम्पादक होता है और उसके सहयोग के लिए कुछ अन्य सहायक सम्पादक होते है जो समाचारो की 'पूल' कापियां तैयार करने में उनकी सहायता करते है।

समाचार संकलन व 'पूल' प्रणाली

समाचारों की पूल प्रणाली सन् 1949 मे प्रारम्भ हुई थी। ये 'पूल' कापियां अनेक स्रोतो से प्राप्त समाचारो के आधार पर बनाई जाती है। आकाशवाणी अपने समाचारो के लिये विभिन्न साधनो पर निर्भर करती है। इनमे जहां प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया, यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया, समाचार भारती, हिन्दुस्तान समाचार और यूनीवार्ता जैसी भारतीय समाचार समितियां शामिल हैं वहाँ रायटर, ए.एफ.पी., ए.पी.पी. तथा तास जैसी विदेशी समाचार समितियों से भी प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से समाचार एवं सूचनाएँ सकलित की जाती हैं।

इनके अतिरिक्त आकाशवाणी की स्थाई सेवा में समाचार संकलन पूर्णकालिक और अंशकालिक संवाददाता भी कार्य करते हैं। साथ ही

आकाशवाणी के प्रतिनिधि भी नियुक्त हैं, यथा—हांगकांग, काहिरा, तेहरान, ढाका आदि। विदेशी रेडियो के अनुश्रवणों द्वारा प्राप्त खबरें, केन्द्रीय और राज्य सरकारों द्वारा जारी प्रेस विज्ञप्तियां, विदेशी दूतावासों द्वारा जारी बुलेटिनों और समीक्षाएँ, संयुक्त राष्ट्र संघ की विभिन्न एजेन्सियो द्वारा जारी की गई सूचनाएँ भी होती है। इन 'पूल' कापियों के आधार पर समाचार बुलेटिन तैयार की जाती है। इसके बाद इन्हें विभिन्न भाषाओं में अनुवाद के लिए संबद्ध एकांशों में भेज दिया जाता है। 'पूल' कापियाँ तैयार करने का मुख्य उद्देश्य यही है कि समाचारों में एकरूपता बनी रहे और एक ही समाचार अलग-अलग तरीके से दोहराया न जाये। इस सन्दर्भ में उल्लेखनीय है कि यदि पूल को आधार मानकर समाचार न बनाया जाये तो एक ही समाचार के कई रूप हो सकते हैं और समाचारों में भिन्नता की आशंका पैदा हो जाती है।

प्रत्येक भाषा एकक में समाचार वाचक अनुवादक होते हैं। ये आवश्यकतानुसार समाचार बुलेटिनो का अनुवाद और प्रस्तुतीकरण करते हैं। परन्तु हिन्दी में 'पूल' को ही आधार मानकर बुलेटिन प्रायः स्वतन्त्र रूप से तैयार किये जाते हैं। आकाशवाणी के समाचार-प्रभाग मे सम्पादक, उप-सम्पादक, रिपोर्टर, अनुवादक और समीक्षकों का काम 24 घटे चलता है तथा समाचार वाचक के माध्यम से इन प्रसारणों को सभी आवश्यक सोच समझने से गुजरने के बाद जनता अथवा राष्ट्र के लिये प्रसारित किया जाता है।

समाचार सम्पादन

आकाशवाणी की पत्रकारिता में कार्यरत लोगों की अपनी अलग कार्य शैली होती है। जहाँ अखबार मे शब्दों को पढ़कर बात जानी जाती है, वहाँ रेडियो मे शब्दों को सुनकर बात ग्रहण की जाती है। इसलिये यह प्रयास रहता है कि रेडियो समाचार अत्यन्त सारगर्भित और चुनिन्दा हों और इन्हें प्रसारित करते समय शब्दों और ध्वनि के समुचित संयोजन से मूलतत्त्व और भाव-श्रोताओं तक पहुँचाया जाये।

रेडियो के लिये समाचारों का संकलन समाचार-पत्रों से अलग होता है, किन्तु, दोनों के बुनियादी सिद्धांत एक ही हैं। लेकिन रेडियो प्रसारण के तकनीकी स्वरूप के कारण यह पत्रकारिता कई पेशेवर पत्रकारों द्वारा 'इलेक्ट्रोनिक पत्रकारिता' (Electronic Journalism) के रूप में भी परिचित कराई जाती है।

आकाशवाणी के समाचारों का सम्पादन करते समय निम्न बातो की ओर ध्यान देना आवश्यक है—

1. समाचार की भाषा सरल और आम बोलचाल की हो।
2. वाक्य सक्षिप्त हो अर्थात छोटे-छोटे हो।
3. एक वाक्य मे एक ही प्रकार की सूचना निहित हो।

4. सूचनाओं को सरल, सबल और स्पष्ट वाक्यों में लिखा जाना चाहिए।

5. समाचार लेखन के समय केवल उन्हीं शब्दों का प्रयोग करना चाहिए जो उस जगह आवश्यक हो। जितने कम शब्दों का प्रयोग किया जाये, उतना अच्छा है।

6. समाचार में पूरे नाम का ही प्रयोग करना चाहिये। नाम और पदो को बार-बार लिखने से प्रवाह नष्ट हो जाता है

7. समाचार प्रामाणिक एवं विश्वसनीयता सहित बनाने चाहिए तथा क्यों, कब, कैसे और कहाँ की भावना से पूर्ण होने चाहिये।

8. रेडियो समाचार में व्यक्ति का नाम उसकी सार्थकता के अनुसार दिया जाये। अनेक बार जागरूकता की कमी के कारण जब महाकवि सुमित्रानंदन पंत को एस. एन. पत और रविन्द्रनाथ टैगोर को आर. एन. टैगोर कहा जाता है तो सुनने वालों पर विपरीत प्रभाव पड़ता है तथा बहुत हास्यास्पद जान पड़ता है।

9. रेडियो समाचार में दिनांक, मास या वर्ष का नाम देने की अपेक्षा जहाँ तक हो सके आज, कल, परसों अथवा सोमवार, मगलवार आदि दिनो के अनुसार शब्दों का प्रयोग करना चाहिये।

10. रेडियो समाचार की भाषा में मोटी-मोटी गिनती की जगह सक्षिप्त अंको मे बात कही जानी चाहिये। जैसे 2 लाख 49 हजार टन को लगभग अढाई लाख।

11. रेडियो समाचार मे कई शब्दों का प्रयोग नही किया जाता जैसे–निम्नाकित, उपर्युक्त, पूर्वोक्त, क्रमशः, यथा–आदि।

12. जिस प्रकार समाचार-पत्र में तारीख देकर समाचार दिया जाता है वहाँ रेडियो में आज अथवा कल का संकेत देकर समाचार विवरण प्रस्तुत किया जाता है। जहाँ समाचार-पत्र में समाचार की तात्कालिकता नही होती वहाँ रेडियो मे उसकी तात्कालिता पर विशेष ध्यान दिया जाता है। देरी से आये समाचारों का रेडियो में कोई महत्त्व नही रहता।

13. रेडियो समाचारों का सम्पादन करते समय पूरी तरह जागरूक रहना पड़ता है तथा घटनाक्रम के साथ चलना पड़ता है। सुनी-सुनाई बातों पर समाचार नहीं बन सकता तथा उसे स्रोत और प्रामाणिकता के लिये विशेष रूप से चौकन्ना रहना पड़ता है।

14. रेडियो समाचार का समय सीमित रहता है तथा उसे सभी प्रमुख रुचि एवं गतिविधियों को अपने में संजोना पडता है। प्रायः 10 मिनट के समाचार बुलेटिन में एक हजार शब्द पढ़े जाते है। अतः समय की सीमा में रहते हुए सभी महत्त्वपूर्ण समाचारों को देना रेडियो पत्रकारिता का मुख्य दायित्व है।

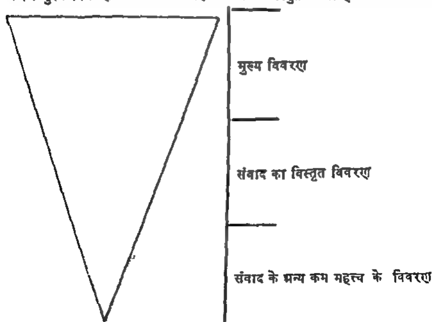
15. रेडियो समाचार-प्रभाग में कार्य बडी तेजी से होता है। सैकण्डो मे निर्णय लेने पड़ते हैं, इसलिए गलती भी हो जाती है। एक बार श्री अन्नादुराई की मृत्यु

का समाचार घटना के पहले ही प्रसारित हो गया। दूसरी बार लोक नायक जय प्रकाश नारायण की मृत्यु का समाचार, जो लोकसभा में तत्कालीन प्रधान मंत्री की घोषणा पर आधारित था, प्रसारित हो गया। दोनों ही मामलों में आकाशवाणी ने सही स्थिति की जानकारी मिलते ही खंडन प्रसारित कर दिया।

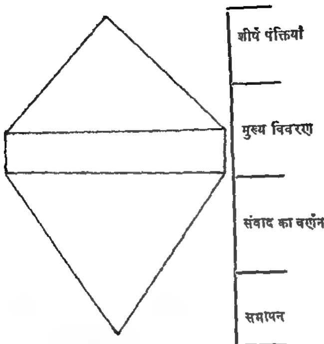
इस प्रकार तथ्य की गलती नहीं प्रसारित होनी चाहिए। यदि हो भी जाये तो जहां तक संभव हो तुरन्त और नहीं तो बाद के बुलेटिन में सही समाचार प्रसारित कर दिया जाना चाहिए।

16. समाचारों का गठन उसकी महत्ता का परिचय देता है। समाचार के प्रारम्भ में प्रमुख समाचार सुनाये जाते हैं। ये मुख्य समाचार उस समाचार के प्रमुख आकर्षक एवं आधार होते हैं। इसके बाद समाचार के प्रमुख अंश को प्रारम्भ में लिया जाता है। इसे तकनीकी रूप से 'इन्ट्रो' कहते हैं। प्रायः ऐसा ध्यान रखा जाता है कि कोई भी समाचार अनावश्यक रूप से लम्बा न हो तथा पुनरावृत्ति रहित हो।

17. पत्रकार समाचार-पत्रों के लिए समाचार 'इन्वर्टेड पिरामिड (विलोम स्तूपी) आकार में लिखते हैं जबकि रेडियो समाचार 'वायलेट डायमंड' की तरह लिखा जाता है। समाचार-पत्र में समाचार का मुख्य विवरण विस्तृत वर्णन और अन्य विवरण दिये जाते हैं, जबकि वही समाचार रेडियो पत्रकार सीमित शब्दों में केवल मुख्य विवरण तथा शेष विवरण के रूप में प्रस्तुत करता है—



समाचार-पत्र संवाद लेखन



रेडियो संवाद लेखन

समाचार वाचन

रेडियो पत्रकारिता मे समाचार लेखक के समान ही समाचार वाचक (News Reader), प्रसारक (Broad caster) और उद्घोषक (Announcer) का पत्रकार होना भले ही अनिवार्य न हो। लेकिन व्यवहारिक दृष्टि से रेडियो पत्रकार में उपरोक्त तीनों ही कर्त्तव्यों का 'सामान्य ज्ञान' अवश्य होना चाहिए।

समाचार बुलेटिनों की कापियाँ तैयार होने के बाद समाचार वाचक शीघ्र ही उनका रिहर्सल करता है और रिहर्सल करने के बाद बुलेटिन के निर्धारित समय पर स्टूडियो में जाकर उसे पढ़ता है। बुलेटिन के प्रस्तुत करने में कुछ प्रमुख बातें जोध्यान में रखने योग्य है, वे है-(1)समाचार वाचक को समय से कुछ मिनट(5 मिनट) पहले ही निर्धारित स्टूडियो मे पहुँच जाना चाहिए। (2) उसे 'माइक' और 'फेडर' चेक कर लेना चाहिए। (3) स्टूडियो में किसी तरह के कागज की खडखड़ाहट या पैरों के जूतों की आहट नही होनी चाहिए। (4) स्टूडियो में किसी सहयोगी से यथा संभव बात नही करनी चाहिए। (5) यदि इशारों से कोई बात व्यक्त करना संभव नहीं है और कोई बात कहना तत्काल अति आवश्यक है तो 'फेडर' बन्द करके ही बात करनी चाहिए। स्टूडियो मे 'फेडर' चालू रहते समय खाँसना और खँखारना पूर्णतः वर्जित है।

समाचार वाचक का कार्य सतत् साधना और अभ्यास का कार्य है। श्री देवकी नन्दन पाण्डेय, शिव सागर मिश्र और अशोक वाजपेई आदि की हिन्दी समाचार

वाचन शैली का उल्लेख इस सन्दर्भ में किया जा सकता है। इन समाचार वाचकों की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि ये शब्दों के लिए स्वाभाविक उतार-चढ़ाव का प्रयोग करते समय समाचार की प्रकृति का भी ध्यान रखते हैं।

इस प्रकार हम देखते हैं कि रेडियो पत्रकारिता भारतीय जीवन से जुड़ी हुई कार्य प्रणाली है तथा इसका संयोजन और सम्पादन आम जनता के हित में विश्वसनीयता के साथ किया जाता है।

समाचार बुलेटिन का प्रारूप

समाचार बुलेटिन में समाचारों को इस प्रकार रखा और सवारा जाये कि उसमें विभिन्नता आ जाये। जैसे समाचार पत्रों में प्रथम पृष्ठ की साज-सज्जा पर विशेष ध्यान दिया जाता है उसी प्रकार रेडियो के समाचार बुलेटिन को भी भौगोलिक, विषयानुसार, राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों और वहां की नीतियों की दृष्टि से तैयार किया जाता है।

15 मिनट के एक राष्ट्रीय समाचार बुलेटिन का प्रारूप इस प्रकार होगा—

1.	पहले मुख्य समाचारों के शीर्षक (मुख्य बिन्दु)	100 से 120 शब्दों के	समय एक मिनट
2.	विस्तार से चार या पाँच समाचार	500 से 600 शब्द	5–6 मिनट
3.	ब्रेक—यह आकाशवाणी है या ये समाचार आपको आकाशवाणी से सुनाये जा रहे हैं।		मौन
4.	विस्तार से पाँच छः समाचार	500 से 600शब्द तक	5–6 मिनट
5.	संक्षिप्त समाचार—खेल आदि के एक या दो	50 से 100 शब्द	1–2 मिनट
6.	मुख्य समाचारों की पुनरावृत्ति या तुरन्त आये महत्त्वपूर्ण समाचारों की घोषणा	अगर समय हो तो उसके अनुसार	

—

13
दूरदर्शन समाचार

दूरदर्शन समाचारों की निष्पक्षता और सच्चाई एक कुंवारी लडकी की पवित्रता की भाँति होती है, जिसे प्रत्येक व्यक्ति पसन्द करता है। लेकिन इसका निर्वाह बेहद मुश्किल होता है।

—नार्मका स्त्राको

दूरदर्शन का आविष्कार वर्तमान शताब्दी की एक बडी महत्वपूर्ण उपलब्धि है। भारत में दूरदर्शन प्रसारण शुरू हुए कुछ ही वर्ष हुए हैं, लेकिन पिछले कुछ वर्षों मे इसका काफी विस्तार हुआ है और इन्सेट के माध्यम से कार्यक्रम प्रसारित किये जाने से दूरदर्शन के विकास को गति मिली है। 15 सितम्बर, 1984 को दूरदर्शन द्वारा रजत जयन्ती मनाये जाने के बाद यह कहना शायद असंगत नहीं होगा कि समय की कसौटी पर दूरदर्शन पूरी तरह खरा उतरा है। दूरदर्शन ने दिल्ली मे 15 सितम्बर, 1959 में एक प्रायोगिक सेवा के रूप में, सप्ताह मे दो बार एक-एक घंटे का कार्यक्रम दिखलाना प्रारम्भ किया था। अब इसका विस्तार अखिल भारतीय स्तर पर हो चुका है और इसने 180 ट्रांसमीटर स्थापित कर अपने लक्ष्य को प्राप्त कर लिया है।

दूरदर्शन में अनेक कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं, लेकिन समाचार-प्रसारण का कार्यक्रम सबसे महत्वपूर्ण कार्यक्रम है। इसमें देश-विदेश की प्रमुख और सामयिक घटनाओं को प्रस्तुत किया जाता है। पिछले कुछ समय से हिन्दी और अंग्रेजी के समाचारों को राष्ट्रीय प्रसारण में सम्मलित कर लिया गया है। हिन्दी में समाचार रात 8 बजकर 40 मिनट पर और अंग्रेजी में 9 बजकर 30 मिनट पर प्रसारित किये जाते है। इनके अलावा संसद समाचार और मुख्य समाचार भी प्रसारित किए जाते हैं। प्रमुख दूरदर्शन केन्द्रों द्वारा क्षेत्रीय भाषाओं–हिन्दी, बंगला, कश्मीरी, तमिल तेलगु, कन्नड, पंजाबी, उर्दू तथा गुजराती में भी बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं।

अर्थ और महत्व

दूरदर्शन किसी समाचार, घटना, दृश्य या प्रसंग का एक विवरणात्मक चित्र है। सी. वी. एस. हेण्डबुक में दूरदर्शन की समीक्षा इन शब्दों में की गई है—"यह समाचारों का चित्रात्मक प्रस्तुतीकरण है, जिसमें तथ्यात्मक संक्षिप्त और वास्तविक समाचारो को प्रस्तुत करने की अद्भुत क्षमता है।" दूरदर्शन मनोरंजन, शिक्षा

जनसंचार का महत्त्वपूर्ण माध्यम है। 'हैण्डबुक ऑफ पब्लिक रिलेशंस' में लारेंस विटी ने लिखा है—"Television brings entertainment, information and education to millions at a very nominal cast. It has changed buying habits, personal habits and tastes, It has educated younger faster then any teacher could have tought them in so short span of time"। इस प्रकार कहा जा सकता है कि दूरदर्शन समाचार के अन्य माध्यमों की तुलना में इसलिए भी अधिक लोकप्रिय है कि वह एक साथ आंख, कान और मन पर अपना प्रभाव व छवि अंकित करता है। दूरदर्शन जन संचार के अन्य प्रसार साधनों से भिन्न एवं स्वतन्त्र है।

दूरदर्शन समाचार लेखन

रेडियो समाचार लेखन और दूरदर्शन समाचार लेखन का तरीका लगभग एक सा है। फिर भी दूरदर्शन समाचार लेखन के समय निम्न बातों का ध्यान रखना आवश्यक है—

(1) दूरदर्शन लेखन संक्षिप्त तथा पठनीय हो जिससे वह बातचीत की तरह लगे।

(2) समाचार सत्यता पर आधारित हो। समाचार के तथ्य और शब्द इस प्रकार प्रस्तुत किये जाएँ जिससे इन्हें आसानी से समझा जा सके।

(3) दूरदर्शन के चित्र पाठकों को आकर्षित करने चाहिए न कि शब्द। चित्र स्वयं बोले तो किसी दूसरे को अधिक बोलने की आवश्यकता नहीं है। इसीलिए कहा गया है—"The picture draws attention, words must be subordinated Ideally words supplemen tary, explaining, bleding with the mood. of the film and rich writing is almost certain to conflict with the stark fact to the picture, which is at the center of the viewer's attention." (Mass Media)

(4) दूरदर्शन समाचार लेखक को दूरदर्शन समाचार के चित्रों के साथ सामंजस्य बैठाना होता है। चार्टों, नक्शों और चल-अचल चित्रों के साथ पढ़ा जाने वाला आलेख तैयार करना होता है। यह प्रक्रिया वाइस ओवर (v.o.) कहलाती है। इसमें शब्द और चित्र एक दूसरे के पूरक होते हैं।

(5) दूरदर्शन समाचार लेखक को चित्र द्वारा कही गई कहानी कहने की कला आनी चाहिए। चित्र के मौन को लिखना, शब्दों को लिखने के समान ही महत्त्वपूर्ण है। विशेष रूप से जब चल चित्र स्वयं पूरा समाचार बताने में सक्षम हो।

(6) समाचार लेखन के समय शब्दों और चित्रों के मध्य आपसी तालमेल के प्रति संवेदनशील होना चाहिए। आलेख ऐसा हो जो समाचार में और शक्ति पैदा करे,

उसे समझा सके और ऐसे स्थानों पर रुके जहाँ चित्रों को शब्दों की आवश्यकता नहीं है। चित्र और शब्द एक दूसरे से मेल खाने वाले होने चाहिए। चित्र किसी अन्य वस्तु का है और समाचार किसी अलग का, इस प्रकार की स्थिति बहुत ही हास्यास्पद होती है।

(7) समाचार-पत्र आंखों से पढ़ा जाता है, रेडियो कानों से सुना जाता है लेकिन दूरदर्शन में आख और कान दोनों का ही उपयोग होता है। अतः दूरदर्शन समाचार आंख और कान दोनों के लिए ही बनाए जाते है।

(8) दूरदर्शन के समाचार के प्रत्येक वाक्य में एक ही विचार या चित्र होना चाहिए। प्रत्येक वाक्य संक्षिप्त होना चाहिए। आंकडों और तथ्यों को एक साथ नही दिया जाना चाहिए। आंकड़े जितने कम हों उतना ही अच्छा है।

(9) दूरदर्शन समाचार में एक से नौ तक के अंकों को अक्षरों में लिखा जाना चाहिए। 10 से 999 तक के अंकों को अंकों में ही लिखना चाहिए। 999 के बाद हजार, लाख, करोड़, अरब आदि लिखें।

(10) समाचार में कोई भी बात अस्पष्ट नहीं होनी चाहिए। यदि कोई शब्द काटा जाय तो उसे पूरी तरह ही काट दिया जाये। अगर शब्द का वाक्य विन्यास या रचना सुधारना हो तो पूरा शब्द ही दुबारा लिखा जाना चाहिए।

(11) समाचार लेखन में पूरे पृष्ठ का उपयोग नही होता है। विडियो प्रोम्प-टर नही हो तो पृष्ठ के दांई ओर समाचार लिखे जाने चाहिए। बांई ओर दृश्य और श्रव्य व्यवस्था का विवरण रहता है।

विडियो प्रोम्पटर का उपयोग किया जा रहा हो तो पृष्ठ के मध्य में बाऊन्ड्री लाइनों के मध्य समाचार लिखे जाते हैं। प्रत्येक समाचार पर क्रम संख्या लिखी जानी चाहिए और उसी क्रम मे पृष्ठ रखे जाने चाहिए। प्रत्येक समाचार अलग-अलग पृष्ठ पर लिखा जाना चाहिए। यदि समाचार एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले जाना हो तो पृष्ठ के नीचे इसका संकेत होना चाहिए। अगर दूसरे पृष्ठ की आवश्यकता हो तो पहले पृष्ठ के आखिरी वाक्य को उसी पृष्ठ पर पूरा किया जाना जरूरी है। संभव हो तो पेरा भी पूर्ण करना चाहिए।

समाचार पूरा करने के लिए एक ही पंक्ति की ओर आवश्यकता हो तो उसके लिए दूसरा पृष्ठ नही लेकर वह पंक्ति उसी पृष्ठ के अन्त में लिख दी जाये।

(12) समाचार की भाषा में ऐसा कोई शब्द न हो जिससे किसी को ठेस पहुंचे। अतः भाषा और शब्द का चयन सोच समझकर करना ...

(13) समाचार लेखक को यह जानना आवश्यक है कि ... कितने समय तक चलेगी। जब उसे इस बात का पता हो जाता है कि ... मीटर फिल्म को चलने के लिए कितना समय लगता है और उतनी ...

कितने शब्दों की आवश्यकता है तो वह सरलता से उसका आलेख तैयार कर सकता है।

(14) दूरदर्शन आलेख तैयार करते समय प्रत्येक शॉट की एक सूची बनाकर प्रत्येक शॉट को क्रम संख्या में लिखकर उसका संक्षिप्त विवरण दिया जाता है और साथ में शॉट की सही लम्बाई या शॉट मे लगने वाले समय को सैकिण्डों में लिखा जाता है। साधारणतया दो शब्दों के लिए 35 एम. एम. की एक फुट फिल्म आवश्यक होती है जबकि 16 एम. एम. की दो फुट फिल्म में पाँच शब्द आते हैं।

(15) अनेक अवसरों पर दूरदर्शन पर घटनास्थल से सीधी रिपोर्ट प्रसारित की जाती है। ऐसे समय में संवाददाताओं को कहने के पहले सोचने का थोड़ा-बहुत समय मिल जाता है। इस प्रकार बिना लिखे समाचार देना एक बहुत ही उत्तरदायित्व का काम है। ऐसे संवाददाताओं को अपने विषय का ज्ञाता और शब्दों का विशेषज्ञ होना चाहिए।

विभिन्न कर्मचारियों का सामंजस्य

समाचारों को भली प्रकार से दर्शाने के लिए प्रोड्यूसर (नियोजक), सम्पादक, समाचार वाचक और संवाददाता का सहयोग आवश्यक है। इन सभी को अपना-अपना कार्य पूरी सावधानी और टीम भावना से करना पड़ता है। संवाददाता घटना स्थल पर जाकर समाचारों का फिल्मांकन करता है। दूर मुद्रक पर विश्व के समाचार समाचार-कक्ष मे आते रहते हैं, जिन्हें समाचार सम्पादक एकत्रित करते हैं और समाचार-बुलेटिन तैयार करते हैं। इन सबका नियोजन प्रोड्यूसर करता है। वह इस बात को तय करता है कि किस समाचार का कितना अंश, न्यूज रीडर स्क्रीन पर केवल पढ़ेगा और कितना फिल्म द्वारा दिखाया जायेगा।

विभाजन तालिका

दूरदर्शन प्रसारण में एक तालिका का उपयोग किया जाता है जिसे विभाजन तालिका (Split Sheet) कहते हैं। तालिका मे सबसे ऊपर प्रसारण का समय व तिथि अंकित होती है। उसके नीचे उद्घोषक का नाम होता है। उसके नीचे का पृष्ठ दो भागों में विभाजित होता है। पहले भाग में दृश्यों का विवरण होता है और दूसरे भाग में उससे सम्बन्धित श्रव्य व्यवस्था का विवरण रहता है।

दूरदर्शन समाचार बुलेटिन का एक उदाहरण इस प्रकार है—

दूरदर्शन समाचार
बुलेटिन

दिनांक.........................   समय रात 8–40 बजे

क्रम दृश्य	श्रव्य
समाचार वाचक (5 सैकण्ड)	नमस्कार ! आज के मुख्य समाचार हैं । तंजानिया के राष्ट्रपति जूलियस न्यरेरे का नई दिल्ली पहुँचने पर भव्य स्वागत । सुरजीत सिंह बरनाला अकाली दल के कार्य-वाहक अध्यक्ष, तथा भारत ने श्रीलंका के विरुद्ध पहला एक दिवसीय अंतर्राष्ट्रीय क्रिकेट मैच जीता।
हवाई अड्डे की फिल्म (10 सैकण्ड)	तंजानिया के राष्ट्रपति श्री जूलियस न्यरेरे आज दोपहर में पाँच दिवसीय राजकीय यात्रा पर नई दिल्ली पहुँचे । हवाई अड्डे पर उनका स्वागत करने के लिए राष्ट्रपति ज्ञानी जैलसिंह तथा प्रधान मन्त्री श्री राजीव गांधी उपस्थित थे ।
भोज के अवसर पर राष्ट्रपति के भाषण की फिल्म (कुछ अंश)	रात्रि को राष्ट्रपति भवन में श्री न्यरेरे के सम्मान में दिये गये भोज के अवसर पर बोलते हुए ज्ञानी जैलसिंह ने कहा कि, भारत और तंजानिया के सम्बन्ध हमेशा से मित्रता के रहे हैं ।
भाषण के कुछ और अंश	राष्ट्रपति महोदय ने दक्षिण अफ्रीका और नामीबिया के स्वतंत्रता आन्दोलन के प्रति भारत के समर्थन को दोहराया और इस संदर्भ में तंजानिया की सराहना की । श्री जैलसिंह ने न्यरेरे द्वारा अपने पद छोड़ने के निर्णय पर दुःख व्यक्त किया [illegible] हिंद महासागर में महाशक्तियों की [illegible] विश्व शांति के लिए खतरा बताया ।

न्येरे के भाषण की फिल्म के अंश (तीन अंश लगातार-समय 10 सैकण्ड)	श्री न्येरेरे ने इस अवसर पर बोलते हुए विकासशील देशों के आपसी सहयोग पर बल दिया। आर्थिक और तकनीकी सहयोग के लिए उन्होंने भारत के सहयोग की प्रशंसा की और कहा कि उनके पद छोड़ने से उनके देश की नीति में कोई परिवर्तन नहीं आयेगा।
फिल्म (5 सैकण्ड)	दिन में श्री न्येरेरे इंदिरा गांधी स्मारक देखने गये।
भेंट के समय की फिल्म (5 सैकण्ड)	विदेश मंत्रालय की नीति नियोजक समिति के अध्यक्ष जी पार्थसारथी तथा उपराष्ट्रपति श्री वेंकट रमण ने भी श्री न्येरेरे से भेंट की। राष्ट्रमण्डल के महासचिव एस. एम. रामफल से श्री न्येरेरे ने दक्षिण अफ्रीका की स्थिति पर बातचीत की।
वाचक	प्रधानमन्त्री श्री राजीव गांधी ने इंगलैण्ड की प्रधानमंत्री श्रीमती थैचर से आग्रह किया है कि वे दक्षिणी अफ्रीका द्वारा अपनाई जा रही रंगभेद की नीति को बदलने के लिए अपने प्रभाव का उपयोग करें। श्रीमती थैचर को लिखे पत्र में राजीव गांधी ने इस बात पर जोर दिया कि दक्षिणी अफ्रीका में बहुसंख्यक काले लोगों पर अत्याचार तुरन्त बंद होने चाहिए।
बात-चीत के समय की फिल्म (5 सैकण्ड)	तमिल लिबरेशन फ्रन्ट के सचिव श्री अमृतलिंगम ने आज प्रधान मन्त्री श्री राजीव गांधी तथा विदेश सचिव रोमेश भण्डारी से श्रीलंका की तमिल समस्या के सम्बन्ध में बात की। श्री अमृतलिंगम ने प्रधानमंत्री को थिम्पू वार्ता टूटने के बारे में पूरी जानकारी दी तथा श्रीलंका में तमिलों पर हो रहे अत्याचारों से भी अवगत कराया। उधर श्रीलंका के पूर्वी प्रांत में थिरूकोविल के समीप सैनिकों के साथ मुठभेड़ में 26 तमिल उग्रवादी मारे गये।

बैठक की फिल्म (5 सैकण्ड)	भूतपूर्व केन्द्रीय मंत्री श्री सुरजीत सिंह बरनाला को शिरोमणि अकाली दल के जिला जत्थेदारों व राज्य इकाइयों के अध्यक्षों की बैठक में अकाली दल का कार्यवाहक अध्यक्ष चुन लिया गया है। चंडीगढ़ में सम्पन्न हुई इस बैठक में 25 जिला जत्थेदार तथा राज्य इकाइयों के अध्यक्ष उपस्थित थे।
श्रद्धांजलि के समय की फिल्म (2 सैकण्ड)	संत अजीत सिंह संसदीय बोर्ड के अध्यक्ष बनाये गये। बैठक में संत लोगोंवाल को श्रद्धांजलि अर्पित की गई तथा देश की एकता के लिए उनके प्रयत्नों की सराहना की गई।
संवाददाताओं से बातचीत की फिल्म (3 सैकण्ड)	बैठक के बाद संवाददाताओं से बातचीत करते हुए दल के महासचिव श्री बलवंत सिंह रामूवालिया ने बताया कि बैठक में पंजाब समझौते के हर शब्द की सराहनां की गई। कार्यवाहक अध्यक्ष निर्वाचित होने के तुरन्त बाद श्री बरनाला ने कहा कि उनका दल पंजाब में आगामी चुनावों में भाग लेने के अपने फैसले पर कायम रहेगा।
वाचक	पंजाब में आगामी 25 सितम्बर को लोकसभा की 13 तथा विधान सभा की 117 सीटों के लिए चुनाव की वैधानिक प्रक्रिया कल 26 अगस्त को अधिसूचना जारी होने के बाद आरम्भ होगी।
संवाददाता सम्मेलन की फिल्म (2 सैकण्ड)	जनता पार्टी के अध्यक्ष श्री चन्द्रशेखर ने पूना में संवाददाताओं से बात-चीत करते हुए कहा कि पंजाब में चुनाव का फैसला जल्दबाजी में किया गया तथा इससे राज्य में उग्रवादी गतिविधियों को समर्थन मिलेगा। यह पूछे जाने पर कि क्या वे विपक्ष द्वारा चुनाव का बहिष्कार करने का समर्थन करेंगे, श्री चन्द्रशेखर ने कहा कि यह अकाली दल के फैसले के बाद ही पता लगेगा।

कार्यक्रम की फिल्म (2 सैकण्ड)	आज राजधानी में दक्षिणी अफ्रीका में 'मुक्ति संघर्ष' पर एक संगोष्ठी हुई। इसमें बोलते हुए विदेश राज्य मंत्री श्री खुर्शीद आलम खान ने दक्षिणी अफ्रीका की रंगभेद नीति की कटु आलोचना की। संगोष्ठी में अफ्रीकी देशों के कई राजनयिक तथा अफ्रीकी नेशनल कांग्रेस के प्रतिनिधि भी उपस्थित थे।
वाचक	भूतपूर्व सूचना एवं प्रसारण मंत्री श्री लाल-कृष्ण आडवाणी ने नई दिल्ली में एक सभा में बोलते हुए आकाशवाणी और दूरदर्शन को स्वायत्त बनाने की मांग की। श्री आडवाणी संतानम स्मारक समिति द्वारा 'समाचार माध्यमों की स्वतन्त्रता' विषय पर आयोजित व्याख्यान माला में बोल रहे थे।
बाढ़ की फिल्म (5 सैकण्ड)	बिहार और उत्तर प्रदेश में नदियों का जल स्तर लगातार बढ़ने से बाढ़ की हालत और बिगड़ गई है। बिहार की सभी प्रमुख नदियां खतरे के निशान से ऊपर बह रही हैं। बलिया जिले में घाघरा तथा गंगा नदियों में बाढ़ के कारण 341 गांव प्रभावित हुए हैं।
वाचक	इण्डियन बैंक एम्पलाईज एसोसिएशन तथा बैंक ऑफिसर्स एसोसिएशन ने 29 अगस्त की अपनी प्रस्तावित देश व्यापी हड़ताल स्थगित करने का निर्णय किया है।
	एसोसिएशन के एक प्रवक्ता के अनुसार यह कदम वित्तमन्त्री श्री विश्वनाथ प्रताप सिंह के आश्वासन पर उठाया गया।
डॉ. नवीन शाह का चित्र (2 सैकण्ड)	अमरीका में बसे भारतीय डाक्टरों की एसो-सिएशन के अध्यक्ष डॉ. नवीन शाह ने यह जानकारी दी कि उनकी एसोसिएशन भारत के चिकित्सकों को नवीनतम उपकरणों व खोजों की निरन्तर जान-

	कारी देने की योजना बना रही है। योजना के अन्तर्गत इस कार्य के लिये दिल्ली, जयपुर, बम्बई तथा मद्रास में चार केन्द्र खोले जायेंगे।
वाचक	देश के सभी भागों में अच्छी वर्षा से खरीफ की फसल अच्छी होने की सम्भावना है। कृषि मन्त्रालय की एक विज्ञप्ति के अनुसार अच्छी वर्षा होने से खरीफ के लिये अब 8 करोड़ 82 लाख टन फसल प्राप्त करने का लक्ष्य पूरा होने की आशा है।
वाचक	अमरीकी स्पेस शटल डिस्कवरी को आज भी अन्तरिक्ष में नहीं भेजा जा सका। यह कम्प्यूटर में खराबी हो जाने के कारण हुआ। कल भी खराब मौसम के कारण इसे अन्तरिक्ष में नहीं भेजा जा सका।
वाचक	ग्रीस इस सप्ताह होने वाले नाटो देशों के सबसे बड़े हवाई तथा नौ सैनिक युद्धाभ्यास में भाग नहीं लेगा। ग्रीस के प्रधान मन्त्री श्री पापेन्द्रू ने नाटो सेनाओं के सर्वोच्च अधिकारी जनरल रोजर्स को आज यह जानकारी दी।
मैच की फिल्म (5 सैकण्ड)	भारत ने पहले अन्तर्राष्ट्रीय एक दिवसीय मैच में श्रीलंका को दो विकेट से हरा दिया। भारत के कप्तान कपिल देव ने टास जीतकर श्रीलंका को बल्लेबाजी करने के लिये बुलाया। 'मैन ऑफ द मैच' घोषित किये गये राय डायस के शानदार 80 रनों की सहायता से श्रीलंका की टीम ने 45 ओवर में 6 विकिट पर 241 रन बनाये। भारतीय टीम ने दो विकिट व तीन गेंद शेष रहते विजयी रन बना लिये। वेंगसरकर ने शानदार खेल दिखाकर 89 रन बनाये।
वाचक	नई दिल्ली में सम्पन्न अन्तर संस्थान टेबिल टेनिस प्रतियोगिता में कमलेश मेहता तथा इन्दुपुरी क्रमशः पुरुषों और महिलाओं के विजेता रहे।
	अब हमें आज्ञा दीजिये, नमस्कार!

दूरदर्शन का प्रारम्भ और इसकी विभिन्न सेवायें

1.	भारत में टी. वी. प्रायोगिक सेवा (Experimental TV Service)	15.9.1959
2.	स्कूल दूरदर्शन सेवा	23.10.1961
3.	नियमित सार्वजनिक टी. वी. प्रसारण सेवा	15.8.1965
4.	कृषि-दर्शन कार्यक्रम	26.1.1967
5.	भारत का दूसरा दूरदर्शन केन्द्र (बम्बई)	2.10.1972
6.	सेटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरीमेंट (साइट SITE) एक वर्षीय	1.8.1975
7.	दूरदर्शन की व्यावसायिक सेवा	1.1.1976
8.	दूरदर्शन की रेडियो से अलग एक स्वतन्त्र, पृथक् विभाग के रूप में स्थापना	1.4 1976
9.	दूरदर्शन के राष्ट्रीय कार्यक्रम का प्रारम्भ, रंगीन टेलीवीजन के प्रसारण की प्रस्तावना, इन्सेट (अ) का टेलीविजन के लिए उपयोग, माइक्रोवेवलिंक का टी. वी. द्वारा उपयोग	15.8.1982
10.	नवें एशियाई खेल प्रतियोगिता का सीधा प्रसारण	19.11.1982
11.	गुट निरपेक्ष देशों के सम्मेलन से सम्बन्धित कार्यक्रमों का राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय प्रसारण	7.3.1983
12.	इनसेट का पूर्ण रूपेण उपयोग	15.10.1983
13.	कामनवेल्थ हेड्स आफ गवर्नमेन्ट समिट (चोगम) से सम्बन्धित प्रसारण	22.11.1983
14.	दूरदर्शन की रजत जयन्ती	15.9.1984
15.	दूरदर्शन का प्रथम दूसरा चैनल (दिल्ली)	17.9.1984
16.	दूरदर्शन का द्वितीय दूसरा चैनल (बम्बई)	1.5.1985

14

प्रेस कानून

समाचार-पत्र न्यायालयों का व्यक्तित्व प्रतिम्बित करने का प्रयत्न करें क्योंकि अन्ततः न्यायालय ही विधि-व्यवस्था के संरक्षक हैं। [illegible] कानून बनाये रखने में शासन और प्रेस, ये दोनों एक दूसरे के लिये कार्य करते हैं। प्रेस की स्वतंत्रता की रक्षा कानून करता है, बदले में कानून की मर्यादा प्रेस कायम रखता है।

—के. के. [illegible]
(भारत के [illegible])

पत्रकारों को प्रेस-कानूनों की जानकारी [illegible] है। [illegible] पत्रकारों को इनकी जानकारी नहीं होती है [illegible] हैं। अनेक बार समाचार-पत्रों के बंद होने की स्थितियाँ [illegible] हैं और [illegible] तथा प्रकाशक न्यायालयों के चक्कर [illegible] हैं। [illegible] को जिन कानूनों के बारे में विशेष [illegible] अदालत की अवज्ञा और कापी [illegible] सामान्य एवं संवैधानिक कानून [illegible] Penal Code के मुख्य उपबंधों के सम्बन्ध में [illegible] है।

अपनी इस संविधान सभा में आज तारीख 26 नवम्बर, 1949 (मिति मार्गशीर्ष शुक्ला सप्तमी, संवत् दो हजार छः विक्रमी) को एतदद्वारा इस संविधान को अंगीकृत अधिनियम और आत्मार्पित करते हैं।"

संविधान में आगे चलकर स्वातन्त्र्य अधिकार के अनुच्छेद 19 के प्रथम खंड के उपखंड (क) के अनुसार "सब नागरिकों को वाक्-स्वातन्त्र्य और अभिव्यक्ति-स्वातन्त्र्य का अधिकार होगा।"

इसी मूल अनुच्छेद का उपखंड दो निम्न प्रकार है :

खंड (1) के उपखड (क) की कोई बात अपमान लेख, अपमान-वचन, मान हानि, न्यायालय-अपमान से अथवा शिष्टाचार या सदाचार पर आघात करने वाले, अथवा राज्य की सुरक्षा को दुर्बल करने अथवा राज्य को उलटने की वृति वाले किसी विषय से, जहां तक कोई वर्तमान विधि सम्बन्ध रखती हो वहां तक उसके प्रवर्तन का प्रभाव, अथवा संबंध रखने वाली किसी विधि को बनाने में राज्य के लिये रुकावट, न डालेगी।

स्वाधीनता के बाद और विशेष रूप से संविधान बनने के बाद भारत के समाचार-पत्रों की स्थिति में बहुत परिवर्तन हुए हैं। समाचार-पत्रों को अपने विचार प्रकाशित करने की उतनी ही आजादी है जितनी देश के किसी नागरिकों को। समाचार-पत्र आयोग ने भी अपनी रिपोर्ट में कहा है कि इसमें कोई सदेह नहीं कि समाचार-पत्रों की स्वतंत्रता भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19 (1) के अधीन नागरिको की प्रत्याभूत अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता के मूल अधिकार मे सम्मलित है।

इस प्रकार की अभिव्यक्ति 'वाक् एव अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' के अन्तर्गत किसी विष्य पर विचार प्रकट करने, मत बनाने, बिना सरकारी हस्तक्षेप, सूचना या समाचार प्राप्त करने और प्रकाशित करने की स्वतंत्रता मे शामिल है।

2. मानहानि (Defamation)

समाचार पत्रों और पत्रकारों पर सबसे अधिक मुकदमे मानहानि के ही होते हैं। किसी व्यक्ति, संस्था, न्यायालय, अधिकारी आदि की दुर्भावनावश मान हानि करने पर फौजदारी तथा दीवानी दोनों प्रकार के मुकदमे चलाये जा सकते हैं तथा दो वर्ष की साधारण कैद अथवा जुर्माना या दोनो सजाएँ दी जा सकती हैं।

भारतीय दंड सहिता (1860) की धारा 499 में मानहानि को इस प्रकार स्पष्ट किया गया है—

"जो कोई या तो बोले गये या पढ़े जाने के लिए आशयित शब्दों द्वारा या संकेतों द्वारा या दृश्य निरूपणों द्वारा किसी व्यक्ति के बारे में कोई लांछन इस आशय से लगाता है या प्रकाशित करता है कि ऐसे लांछन से व्यक्ति की ख्याति को अपहानि की जाये, या पहले जानते हुए लगाता या प्रकाशित करता है कि ऐसे लांछन से व्यक्ति की ख्याति की अपहानि होगी, इसके बारे में कहा जाता है कि यह उस व्यक्ति की मानहानि करता है।"

संवाददाताओं का यह उत्तरदायित्व है कि समाचार-संकलन या समाचार लेखन करते समय इस बात का ध्यान रखे कि अपुष्ट, अप्रमाणिक तथा सुनी-सुनाई वातों पर आधारित समाचार नही भेजे। गलत शीर्षक देना, अपमान जनक चित्र प्रकाशित करना भी मानहानि कारक माना गया है। भारतीय दंड संहिता की धारा 124 ए और फौजदारी कानून का उपयोग मानहानि के मामलों मे किया जाता है। 'कहा जाना है; सुना गया है; पता चला है'; आदि वातें लिखने से मानहानि के दोषो से नही बचा जा सकता है। मानहानि का मामला मृतको की ओर से भी उठाया जा सकता है।

मानहानि के मुकदमों से बचने के लिए पत्रकारों को निम्नलिखित कुछ वातो पर ध्यान देना चाहिये—

1. जब तक आपके पास ऐसे सबूत न हों जिसे अदालत मे प्रस्तुत किया जा सकता है तब तक किसी, व्यक्ति के व्यवहार या चरित्र पर लाछन नही लगाया जाना चाहिये।

2. आप अपनी ओर से कुछ मत कहिये बल्कि तथ्यो को स्वय ही अपनी कहानी कहने दीजिये। किसी के आचरण या चरित्र के सम्वन्ध मे स्वय निष्कर्ष न निकालें।

3. गलत नामो और पदों का उल्लेख नही करें।

4 दूसरो के आपत्तिजनक वक्तव्यों या भाषणों को प्रकाशित करने से आपको भी मानहानि का उतना ही दोषी ठहराया जा सकता है जितना उस व्यक्ति या संगठन को जिसका कथन आपने प्रकाशित किया है। इस प्रकार किसी अन्य पत्र मे प्रकाशित किसी समाचार या टिप्पणी को मुद्रित करने से आप मानहानि के दायित्व से बच नही सकते।

5. समाचार हमेशा संतुलित होना चाहिए। दूसरे पक्ष को भी अपनी बात कहने का अवसर जरूर दीजिए। एक तरफा यानि एकागी वक्तव्यो या आरोपो से बचिये।

6. 'तथा कथित' लिख देने से आप मानहानि के दावे से नही बच सकते।

7. अदालत-कार्यवाही मे यदि कोई बात कही गई है तो उसे प्रकाशित किया जा सकता है। लेकिन अगर किसी वकील ने या किसी एक पक्ष ने अदालत के बाहर कोई बात कही हो तो उसके प्रकाशन से मानहानि हो सकती है।

8. सम्वन्धित व्यक्ति या व्यक्तियों के नाम समाचार में न दिये जायें यह काफी नही है। मानहानि के मुकदमो से बचने के लिए यह भी जरूरी है कि ऐसे व्यक्ति यह सिद्ध नही कर पाये कि प्रकाशित सामग्री मे आपत्तिजनक संकेत उन्हीं की ओर था।

9. जब तक अदालत द्वारा अभियुक्तों को कोई सजा नही सुना दी जाती है

तब तक उन्हें निर्दोष माना जाता है। इसलिए सजा होने तक उन्हें हत्यारा, चोर, अपराधी आदि न कहिये।

अपवाद

लेकिन इस कानून के कुछ अपवाद भी हैं। कुछ ऐसी परिस्थितियाँ भी हैं जिनमें पत्रकार मानहानि के दोषों से बच सकता है। वे इस प्रकार हैं—

1. किसी व्यक्ति या संस्था के बारे में कोई बात कहना जो सत्य हो और यदि उसका प्रकाशन सार्वजनिक क्षेत्र मे हो तो वह मानहानि नही है। यह प्रकाशन सार्वजनिक हित में है या नही यह तर्क का विषय हो सकता है।

महाराष्ट्र के भूतपूर्व मुख्य मन्त्री अंतुले का इंदिरा प्रतिभा प्रतिष्ठान कांड, राजस्थान मे पहाड़िया सरकार के एक मन्त्री मानालाल की नाबालिग पुत्रियों का विवाह प्रकरण आदि ऐसे उदाहरण है जिनमें महत्त्वपूर्ण पदों पर आसीन व्यक्तियो के चरित्रो को आम जनता के समक्ष प्रस्तुत किया गया।

2. यह मानहानि नही है कि यदि किसी न्यायालय की कार्यवाही की मूलतः सत्य रिपोर्ट या उस कार्यवाही का परिणाम प्रकाशित किया जाये।

3. पुस्तक समीक्षा, प्रदर्शनियों, मेलो तथा सांस्कृतिक समारोहों की समीक्षा आदि पर आलोचनात्मक लेख लिखना इस कानून के अन्तर्गत नही आता। लेकिन यह आलोचना सद्भावनापूर्ण होनी चाहिए।

4. यदि कोई व्यक्ति किसी अपराध के सन्देह में पुलिस द्वारा पकड़ा जाता है तो उस समाचार लेखन में अपराधी व्यक्ति के नाम के पूर्व 'कथित' शब्द का प्रयोग करना चाहिये। जब तक किसी व्यक्ति के विरुद्ध कोई अपराध न्यायालय मे सिद्ध नही हो जाता तब तक आप उसे अपराधी नही कह सकते। केवल गिरफ्तारी का अर्थ अपराध नही होता।

3. अदालत की अवमानना (The contempt of Courts)

मुकदमों के समाचार प्रकाशित किये जा सकते है, लेकिन इस सन्दर्भ मे ध्यान रहे—(1) वादी और प्रतिवादी दोनो का पक्ष सन्तुलित रूप से प्रस्तुत किया जाये (2) मुकदमो की ताजा कार्यवाही का ही प्रकाशन किया जाये।

अदालत की अवमानना तब समझी जाती है जब—

1. अदालत की गरिमा को गिराने वाली बातें प्रकाशित की जायें।

2. अदालती कामकाज मे दखल दिया जाये।

3. विचाराधीन मामलों को प्रभावित करने के लिए कुछ प्रकाशित कर दिया जाये।

4. न्यायाधीश के प्रति अनादर का भाव दिखाया जाये।

5. साक्षी को प्रभावित करने का प्रयास करना।
6. अदालत में उपद्रव करना या व्यवधान पैदा करना।
7. पुलिस पूछताछ में व्यवधान डालना।
8. न्यायालय के न्यायाधीश पर अनौचित्य और अयोग्यता का आरोप लगाया जाये अथवा उनके चरित्र हनन का प्रयास किया जाये।
9. न्यायाधीश को बिना अनुमति के अदालत की कार्यवाही का अथवा अभियुक्त के चित्र का प्रकाशन।

न्यायालय की अवमानना का अभिप्राय दीवानी और फौजदारी अवमानना से है।

1. दीवानी अवमानना—जानबूझकर अदालत के निर्णय, डिक्री, निर्देश, आदेश; रिट अथवा अन्य अदालती प्रक्रिया की अवज्ञा या अदालत में दी गई शपथ का उल्लघन किया जाये।

2. फौजदारी अवमानना—फौजदारी अवमानना का अर्थ ऐसे प्रकाशन से है जो न्याय प्रशासन में बाधा पहुँचाता हो या उसकी बाधा पहुँचाने की प्रवृत्ति हो जिससे न्यायालय की गरिमा और प्रतिष्ठा पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता हो।

न्यायालय की अवमानना का दोषी पाए जाने पर छः माह की कैद या दो हजार रुपया जुर्माना अथवा दोनों सजाएं एक साथ दी जा सकती है।

न्यायालय की अवमानना का कानून अत्यन्त व्यापक है। जरा सी असावधानी सम्पादकों और पत्रकारो को मुसीबत में डाल सकती है। न्याय प्रणाली की पवित्रता एवं विश्वसनीयता को बनाये रखने के लिए ही यह कानून बनाया गया। सन् 1926 से पूर्व इस कानून के कोई निश्चित नियम शास्त्र (Codified Law) नही थे। सन् 1952 में नया 'अदालत मानहानि' कानून बनाया गया। इस अधिनियम में भी 'अवमानना' की कोई सुनिर्धारित परिभाषा नही दी गई। कानून को अधिक प्रभावी और स्पष्ट बनाने के लिये सन् 1971 में नये 'कटेम्ट आफ कोर्ट' अधिनियम को पारित किया गया। यह नया अधिनियम 24 दिसम्बर, 1971 से लागू हुआ।

संसद तथा विधान मंडलों के विशेषाधिकार

संसद, विधान सभाओं तथा विधान परिषद् के सदस्यों को उचित प्रकार से बिना किसी अवरोध के अपने कार्यों के निर्वहन के लिये भारतीय संविधान के अनुच्छेद 105 (1) तथा 194 (2) के आधार पर कुछ विशेषाकाधिर प्रदाम किये गये है।

पत्रकारों को संसद या विधान मंडलों की कार्यवाही के प्रकाशन के विषय में संसद या विधान मंडल के किसी सदन, उसकी समितियों या सदस्यों पर प्रकाशित टिप्पणियों के विषय में सचेत और सावधान रहना चाहिए। संसद की अवमानना से बचने के लिए पत्रकारों को निम्न बातों पर ध्यान देना चाहिये—

कार्यवाही का विवरण संतुलित होना चाहिए। जो बात कार्यवाही में शामिल नही की गई है उसे प्रकाशित नही की जाये। किसी सदस्य को लांछित नही किया

जाये और उसके विचारों और भावनाओं को ठेस नहीं पहुँचाई जाये।

जो विशेषाधिकार पूरी संसद के हैं वह उसके सदस्य के भी होते हैं, इसलिये किसी सदस्य पर आपत्तिजनक ठहराई जा सकने वाली टिप्पणी करने से सम्पूर्ण सदन का विशेषाधिकार भंग होना माना जाता है। अधिष्ठाता के प्रति अनादर प्रकट करना, कार्यवाही मे दखल देना, सदन की कार्यवाही को तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत करना, शालीन व्यवहार न करना और अन्य किसी प्रकार से संसद या विधान मंडलों की गरिमा को तोडने या गिराने का प्रयास करना पत्रकारों को विशेषाधिकारो के उल्लघन के दायरे में ला खड़ा करता है।

संसदीय समितियों के विशेषाधिकार वही होते हैं जो संसद या उसके सदस्यों के होते हैं। ससदीय समितियों की कार्यवाही का विवरण प्रकाशित करना तब तक निषिद्ध होता है जब तक उनके प्रतिवेदन संसद में प्रस्तुत नहीं कर दिये जाते है। इन नियमों का उल्लंघन पूरे सदन का विशेषाधिकार भग किया माना जाता है।

अवमानना का निर्णय करते समय प्रत्येक सदन अदालत का रूप धारण करता है और दोषी पाये गये व्यक्तियों को सजा दे सकता है जैसे न्यायालय देता है।

इस सम्बन्ध में ससद तथा अनेक विधान सभाओं ने अनेक बार मत दोहराये हैं। दोषी पाये गये व्यक्तियों को अधिकतर चेतावनी देकर छोड़ दिया गया है या सदन के द्वार निकट खड़ा करके उनकी भर्त्सना की गई हैं। कभी-कभी दंड स्वरूप पत्रकार-दीर्घा रद्द कर दिये गये हैं और उनकी अन्य सुविधाएँ समाप्त कर दी गई हैं।

15 अप्रेल, 1961 के साप्ताहिक 'ब्लिट्ज' के एक अंक मे प्रकाशित समाचार पर लोकसभा सदस्य श्री खुशवत राय ने विशेषाधिकार का प्रश्न लोकसभा मे उठाया। इस समाचार[1] मे ससद सदस्य श्री जे. बी. कृपलानी के लोकसभा मे दिये गये भाषण पर टिप्पणी करते हुए उनके चरित्र और आचरण पर गभीर और अश्लील टिप्पणियाँ की गई थी।

लोकसभा अध्यक्ष श्री अनतशयनम् अय्यंगार ने 29 अगस्त, 1961 को 'ब्लिट्ज' साप्ताहिक के सम्पादक श्री आर. के. करंजिया को सदन की ओर से प्रताड़ित किया था। सदन की विशेषाधिकार समिति ने उन्हें आचार्य जे. बी. कृपलानी के लोकसभा में दिये गये भाषण का एक विवरण उन्हे अपमानित करने की दृष्टि से छापने का दोषी ठहराया। पत्र ने कृपलानी को शीर्षक मे ही 'कृपालूनी' लिखा था और समाचार के साथ प्रकाशित चित्र के नीचे कृपलानी का भी 'कृपालूनी' कर दिया गया था।

श्री करंजिया ने संसद के अधिकार को चुनौती देते हुए इसे अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का मामला बताया और उच्चतम न्यायालय मे भी इस सम्बन्ध मे याचिका

---

1. कृपालूनी द्वारा आरोप
बुरा सफेद, नंगा भूठ
(ब्लिट्ज दिल्ली विभाग के श्री एन. राघवन द्वारा)

दी। लेकिन, न्यायालय ने उसे रद्द कर दिया। उस पर श्री करंजिया को लोकसभा-कक्ष के मध्य द्वार के निकट खड़ा कर उनकी भर्त्सना की गई। संवाददाता श्री ए. राघवन का पत्रकार-दीर्घा प्रवेश-पत्र रद्द कर दिया गया।[1]

5. समाचार पत्र एवं पुस्तक पंजीकरण अधिनियम 1867. (Press and Books Registrartion Act of 1867)

समाचार-पत्रों का पंजीकरण, समाचार-पत्र तथा पुस्तक पंजीकरण अधिनियम 22 मार्च, 1867 को जारी किया गया था। इस अधिनियम की प्रमुख धाराएँ इस प्रकार हैं—

1. प्रत्येक प्रकाशित समाचार-पत्र में मुद्रक, प्रकाशक, प्रकाशन-स्थल का नाम स्पष्ट रूप से होना चाहिए।

2. वही मुद्रक पत्र छाप सकता है जिसने जिला, प्रेसीडेंसी तथा सब डिविजनल मजिस्ट्रेट की अनुमति प्रेस चलाने के लिए ले रखी हो।

3. समाचार-पत्र के प्रत्येक अंक पर पत्र के मालिक और सम्पादक का नाम अंकित होना चाहिए।

4. किसी पत्र प्रकाशन के लिए मुद्रक और प्रकाशक को जिला, प्रेसीडेंसी अथवा सब-डिवीजनल मजिस्ट्रेट के समक्ष घोषणा-पत्र पर हस्ताक्षर करने होंगे। इसके साथ ही प्रकाशन की भाषा और काल की भी जानकारी देनी होगी। मुद्रक को पत्र के मालिक का लिखित अधिकार-पत्र भी अपने घोषणा-पत्र के साथ संलग्न करना जरूरी है।

5. पत्र के नाम, भाषा, काल, मालिक, मुद्रक आदि मे होने वाले किसी परिवर्तन की सूचना संबधित अधिकारियों को देकर नया आज्ञा-पत्र प्राप्त करना आवश्यक है।

6. घोषणा-पत्र की स्वीकृति के बाद यदि कोई साप्ताहिक पत्र छः सप्ताह तक तथा अन्य समाचार-पत्र तीन माह तक प्रकाशित नही हो पाता है तो आज्ञा-पत्र रद्द या बेकार या अमान्य हो जायेगा।

7. यदि तीन महीने की अवधि में दैनिक, साप्ताहिक, अर्ध साप्ताहिक और पाक्षिक पत्र अपनी नियमित संख्या के आधे से भी कम में प्रकाशित होने लगे तो उसका घोषणा-पत्र रद्द हो जायेगा।

8. एक वर्ष की अवधि तक पत्र का प्रकाशन न होने पर भी घोषणा-पत्र रद्द हो जायेगा।

9. यदि कभी गलती से किसी पत्र के अंक में उसके सम्पादक का नाम गलत छप गया है और वह यह दावा करे कि उक्त अंक का सम्पादक वह नही था तो उसे चाहिए कि वह सब-डिविजनल मजिस्ट्रेट के समक्ष अपना दावा प्रस्तुत करके उससे प्रमाण-पत्र प्रस्तुत करले।

10 प्रेस रजिस्ट्रार अथवा अन्य किसी व्यक्ति की मांग पर पूरी जाँच पड़ताल का आदेश देकर मजिस्ट्रेट घोषणा-पत्र को रद्द करने का अधिकारी है।

1. संसदीय पंजीका खंड 7, अंक 2, अक्टूबर 1961 के आधार पर

11. घोषणा-पत्र रद्द होने पर उसकी अपील 60 दिन के अन्दर प्रेस और रजिस्ट्रेशन अपील बोर्ड के सामने की जा सकती है।

12. प्रत्येक प्रकाशित पत्र की एक प्रति प्रेस रजिस्ट्रार को तथा दो प्रतियाँ राज्य सरकार को निःशुल्क भेजनी होगी।

13. प्रेस-नियमों का उल्लंघन करने पर सम्पादक, प्रकाशक और मुद्रक को दो हजार रुपये का जुर्माना तथा छः महीने तक की सजा दी जा सकती है।

14. पत्र के मुद्रक, प्रकाशक या सम्पादक न रहे तो इस विषय की सूचना मजिस्ट्रेट को शीघ्र देना आवश्यक है, अन्यथा दो सौ रुपये तक जुर्माना किया जा सकता है।

15. प्रेस रजिस्ट्रार और सरकार को प्रकाशित अंक की प्रतियाँ न भेजने पर पचास-पचास रुपये तक जुर्माना किया जा सकता है।

16. प्रेस रजिस्ट्रार को पत्र का सम्पूर्ण विवरण प्रत्येक वर्ष में देना आवश्यक है और प्रेस रजिस्ट्रार के संकेत पर उसे पत्र में प्रकाशन करना जरूरी है।

17. प्रेस रजिस्ट्रार को गलत सूचना देने पर पाँच सौ रुपये का दण्ड दिया जा सकता है।

18. यदि कोई राज्य सरकार चाहे तो केन्द्रीय सरकार की अनुमति लेकर किसी समाचार-पत्र पर प्रेस कानून को आंशिक अथवा सम्पूर्ण रूप से लागू न करने की विज्ञप्ति सरकारी गजट में जारी कर सकती है।

19. पत्र प्रकाशकों से प्राप्त जानकारी के आधार पर प्रेस रजिस्ट्रार प्रति वर्ष अपनी रिपोर्ट तैयार करता है।

20. भारत के सभी भागों पर यह प्रेस कानून लागू होगा।

प्रतीक और नाम (गलत प्रयोग की रोक) कानून

संसद् ने 1950 में प्रतीक और नाम (गलत प्रयोग की रोक) कानून स्वीकृत किया। उसमें 1 नवम्बर, 1964 को कुछ संशोधन हुए। प्रेस रजिस्ट्रार पत्रों के नाम आदि चयन करते समय इस कानून की धाराओं पर भी दृष्टि रखते हैं। प्रतीक और नाम निम्न प्रकार के न हों—

1. संयुक्त राष्ट्र संस्था से संबद्ध।
2. विश्व स्वास्थ्य संस्था से सबद्ध।
3. भारत का राष्ट्रीय ध्वज।
4. भारत सरकार, राज्य सरकार अथवा सरकारी विभाग।
5. सेण्ट जान एम्बूलेंस एसोसियेशन (भारत) और सेण्ट जान एम्बूलेंस बिग्रेड (भारत)।
6. राष्ट्रपति, राज्यपाल, सदरे रियासत अथवा भारत सरकार।

7. भारत सरकार, राज्य सरकार, सरकार द्वारा स्थापित किसी निगम आदि से सम्बन्ध लक्षित।
8. संयुक्त राष्ट्र शिक्षा-संस्कृति संस्था।
9. महात्मा गांधी अथवा प्रधान मंत्री का नाम और चित्र।
10. भारत सरकार के पदक और अलंकरण।
11. अंतराष्ट्रीय नागरिक उड्डयन संस्था।
12. 'इण्टरपोल' शब्द।
13. भारतीय क्षयरोग संस्था।
14. अंतर्राष्ट्रीय परमाणु शक्ति संस्था।
15. 'अशोक चक्र' और 'धर्म चक्र' अथवा उनका वह चित्र जो राष्ट्र-ध्वज और सरकारी मुद्रा पर अंकित है।
16. अंतरिक्ष विज्ञान संस्था।
17. संसद, राज्य विधान सभा, सर्वोच्च न्यायालय, हाइकोर्ट, केन्द्रीय सचिवालय, राज्य सचिवालय, सरकारी कार्यालय के नाम अथवा चित्र।

6. भारतीय सरकारी रहस्य अधिनियम 1923. (Indian Official Secrets Act of 1923)

भारतीय सरकारी रहस्य अधिनियम सन् 1923 में स्वीकृत हुआ और मार्च, 1967 तक इसमें अनेक संशोधन हो चुके हैं। इस अधिनियम की मुख्य बातें इस प्रकार हैं—

1. राज्य के हित और सुरक्षा के विरुद्ध यदि कोई व्यक्ति निषिद्ध स्थानों को जाये अथवा उनके बारे में अप्रत्यक्ष अथवा प्रत्यक्ष रूप से किसी प्रकार की कोई जानकारी शत्रु पक्ष को दें।

2. सरकारी संकेतों, चित्रों, मानचित्रों और गोपनीय योजनाओं को अनाधिकृत व्यक्ति को देना।

3. आपत्तिजनक सूचनाएँ आदि प्राप्त करना।

4. सरकारी मुहरों आदि का अनाधिकृत प्रयोग।

इस कानून के अन्तर्गत, जो भारत में सभी सरकारी कर्मचारियों पर तथा विदेशों में रह रहे भारतीयों पर लागू है, 1 वर्ष से 14 वर्ष तक की कैद व जुर्माने की सजा हो सकती है।

7. औषधि और जादूगरी उपचार (आपत्ति जनक विज्ञापन) अधिनियम, 1954 (The Drugs and Magic Remedies (objection able ... Act of 1954)

यह अधिनियम 1954 में स्वीकृत हुआ था और 1 अप्रैल

संशोधित हुआ। इस अधिनियम के अन्तर्गत निम्नलिखित प्रकार के विज्ञापनों के प्रकाशन को अपराध माना जाता है—

1. ऐसी औषधियों का विज्ञापन जो महिलाओं को गर्भपात तथा गर्भधारण का आश्वासन दे।

2. मासिक धर्म विषयक रोग के उपचार की औषधियाँ।

3. नपुंसकता, पागलपन, कोढ़, मिर्गी और हृदयरोग आदि 54 रोगों के उपचार (पूरी सूची अधिनियम में दी गई है) की घोषणा करने वाली औषधियाँ।

4. मंत्र, गंडा, तावीज, कवच आदि तान्त्रिक-मान्त्रिक साधनों, जादू व चमत्कारिक तरीकों से विभिन्न बीमारियों की जांच, आराम या रोकथाम का आश्वासन।

5. यौन शक्ति की वृद्धि का आश्वासन देने वाली औषधियाँ।

इस प्रकार के विज्ञापन के लिए विज्ञापन दाता तो उत्तरदाई है ही, साथ ही विज्ञापन प्रकाशित करने वाले प्रकाशक व मुद्रक भी उत्तरदायी है।

8. युवकों के लिए हानिप्रद प्रकाशन कानून 1956. (The Young Person Harmful Publication Act of 1956)

यह कानून 1 फरवरी, 1957 से लागू किया गया। इसका मुख्य उद्देश्य बालकों और किशोरों को 'हानिकारक प्रकाशन' के सम्भावित दुष्परिणामों से बचाना है। 'यंग परसनस्' से तात्पर्य बीस या इससे कम आयु के बच्चों से हैं। 'हानिकारक प्रकाशन' का तात्पर्य उस समाचार-पत्र, पेम्फ्लेट, लीफलेट आदि प्रकाशन से हैं जो चित्रों अथवा बिना चित्रों की सहायता से निम्न भावना पैदा करें—

1. अपराधों की आशक्ति
2. हिंसा
3. घृणित एवं भयावह घटनाएँ।

9. पुरस्कार प्रतियोगिता कानून 1955. (The Prize competition Act of 1955)

समाचार-पत्रों और पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाली विभिन्न पहेलियों पर दिये जाने वाले पुरस्कारों पर रोक व नियन्त्रित करने के लिए यह कानून बनाया गया है। इन प्रतियोगिताओं में विभिन्न प्रकार की पहेलियाँ आती है जैसे क्रास वर्ड पुरस्कार प्रतियोगिता, रिक्त स्थान पुरस्कार प्रतियोगिता, चित्र पुरस्कार पहेली आदि। एक हजार रुपये से अधिक की राशि की पुरस्कार प्रतियोगिताओं का प्रकाशन वर्जित है तथा इनके लिए सरकार से पूर्व अनुमति लेना आवश्यक है।

10. श्रमजीवी पत्रकार कानून, (The Working Journalist Act)

श्रमजीवी पत्रकारों के हित संरक्षण के लिए सन् 1955 में एक कानून बनाया

गया जिसमें पत्रकारों को ग्रेच्युटी, प्रोविडेन्ट फंड देने, काम के घंटे निर्धारित करने, अवकाश देने, सेवा समाप्ति पर नोटिस-काल आदि निर्धारित किया गया।

इस कानून के अन्तर्गत पत्रकारिता व्यवसाय से सम्बद्ध-सम्पादक, समाचार सम्पादक, सहायक सम्पादक, मुख्य उप सम्पादक, उप सम्पादक, संवाददाता, कार्टूनिस्ट, प्रेस-फोटोग्राफर और प्रूफ रीडर आदि को श्रमजीवी-पत्रकार के रूप मे मान्यता प्रदान की गई है। पत्र के व्यवस्थापकीय और प्रशासनिक कार्यों में रत व्यक्ति श्रमजीवी पत्रकार की श्रेणी में नही आते।

पत्रकारो से सम्बन्धित अन्य कानून है—ससदीय कार्यवाही प्रकाशन का संरक्षण कानून–1956 (Parliamentary Proceedings Protection Publication Act of 1956), जो आपातकाल में समाप्त कर दिया गया था और आपातकाल के बाद पुनः लागू कर दिया गया है। इसको फिरोज गाधी कानून भी कहा जाता है। इसमे पत्रकारों को ससद की कार्यवाही के प्रकाशन पर संरक्षण की वैधानिक व्यवस्था है। ससद की कार्यवाही के सही प्रकाशन पर कोई भी दीवानी अथवा फौजदारी मुकदमा किसी समाचार-पत्र पर नही चलाया जा सकता। यही इस कानून का मुख्य उद्देश्य है।

11. मुद्रण रेखा. (Print line)

समाचार-पत्र में किसी न किसी पृष्ठ पर सम्पादक, मुद्रक तथा कार्यालय का नाम-पता देने का नियम है। इस विवरण को मुद्रण रेखा कहते है। अधिकाश समाचार-पत्रों मे अंतिम पृष्ठ के नीचे मुद्रण रेखा दी जाती है। कुछ पत्रो मे सम्पादक का नाम प्रथम पृष्ठ पर ऊपर दिया जाता है और मुद्रक आदि का नाम अतिम पृष्ठ पर।

मुद्रण रेखा इसलिए देना आवश्यक है जिससे सम्पादक और मुद्रक का दायित्व कानूनी दृष्टि से सिद्ध किया जा सके।

12. कृति स्वाम्य कानून, 1957 (The Indian Copyright Act, 1957)

यह कानून वस्तुतः लेखकों और प्रकाशकों के हितों की रक्षा के लिए बनाया गया है। लेखकों और प्रकाशक की पूर्वानुमति के बिना किसी भी कृत्ति का कोई अश या खण्ड प्रकाशित करना इस कानून का उल्लघन माना गया है। इस कानून में साहित्य, संगीत, नाटक, चल चित्र, ग्रामोफोन रेकार्ड आदि में निहित लेखक अथवा सृजक के स्वामित्व की रक्षा का प्रावधान किया गया है। कापीराइट अधिकार लेखक के जीवन काल और उसकी मृत्यु के 50 वर्ष बाद तक उसमे ही निहित रहता है।

समाचार-पत्रो में कार्य करने वाले पत्रकारो से अपेक्षा की जाती है कि वह कापीराइट कानून का उल्लघन न करें। कापी राइट मे उद्धरण अश देने, व आलोचना-समालोचना की स्वतन्त्रता है लेकिन सम्पूर्ण पृष्ठ अथवा बिना प्रकाशन अधिकार के पुनः प्रकाशन वर्जित है। किसी भी रचना

को प्रकाशित करना अथवा उसका अनुवाद प्रकाशित करने के लिए लेखक अथवा प्रकाशक की जिसका स्वामित्व हो अनुमति आवश्यक है।

सार्वजनिक भाषणों, घोषणाओं अथवा समाचार वृत पर कापी राइट कानून लागू नहीं होता। समाचारों पर भी कापी राइट कानून लागू नहीं होता क्योंकि समाचार-पत्रों का कार्य समाचार देना है। फिर भी समाचार प्रस्तुतीकरण, शैली, वाक्य आदि के द्वारा ही इस कानून की गिरफ्त से बचा जा सकता है। किसी भी समाचार में साहित्यिक अथवा रचना का साधारण उपयोग भी कापीराइट का उल्लंघन नहीं माना जाता है।

भारतीय प्रेस किस सीमा तक स्वतंत्र है? क्या आप समझते हैं कि इसे और आजादी की जरूरत है? इस प्रश्न के उत्तर में प्रेस परिषद् के अध्यक्ष न्यायाधीश श्री अमरेन्द्रनाथ सेन का मत है कि "विवादास्पद प्रश्न है जहाँ तक प्रेस की आजादी का सवाल है। संविधान में बोलने की आजादी की गारंटी दी गई है। इस आजादी का मतलब स्वेच्छाचार नहीं हैं। अगर आप बोलने की आजादी का प्रयोग कर रहे हैं तो आपके कुछ दायित्व भी हैं। हमारे देश में प्रेस को पूरी आजादी है जिस तरह बोलने की आजादी के साथ कुछ दायित्व हैं, उसी तरह भारतीय प्रेस की कुछ सीमाएँ है। इतनी आजादी की अपेक्षा आपको नहीं करनी चाहिए कि जो कानून आम लोगों पर लागू होते हैं, वे आप पर इसलिए लागू न हों, चूँकि आप प्रेस से हैं।"[1]

---

1. आंचलिक पत्रकार, नवम्बर, 85 पृष्ठ 3.

15
प्रूफ संशोधन

प्रूफ संशोधन को सम्मलित किये बिना 'समाचार सम्पादन' विषय अपूर्ण ही रहेगा। आज भी प्रूफ संशोधन के कार्य को गंभीरता से नहीं लिया जाता है। हिन्दी के प्रसिद्ध पत्रकार आचार्य शिवपूजन सहाय का विचार था कि—"प्रूफ की एक गलती निकालने पर समुद्र से मोती निकालने का आनन्द आता है।" सम्पादकाचार्य श्री बाबूराव विष्णु पराडकर मानक वर्तनी के प्रति विशेष आग्रह रखते थे तथा प्रूफ की भूल को अक्षम्य मानते थे। कहा जाता है कि जब बाईबिल के अंतिम प्रूफ पढ़ लिये जाते है तो मुद्रक के लिए भेजने से पूर्व उसकी प्रतियों को जनता के बीच प्रचारित किया जाता है तथा यह घोषणा की जाती है कि प्रूफ की प्रत्येक गलती निकालने वाले को पुरष्कृत किया जायेगा।

कम्पोजिटर जब किसी सामग्री को हाथ अथवा यंत्र से कम्पोज करता है, तो उसे पांडुलिपि को पढ़कर उस सामग्री को कम्पोज करना होता है। कम्पोजिंग के दौरान हुई गलतियों में सुधार के कार्य को ही प्रूफ-शोधन अथवा प्रूफ-संशोधन कहते हैं। प्रूफ संशोधन करने वाला व्यक्ति प्रूफ-संशोधक कहलाता है।

प्रूफ रीडर (प्रूफ संशोधक)

प्रूफ रीडर को व्युत्पन्न होना चाहिये। उसका भाषा पर अच्छा अधिकार होना चाहिये। उसकी आँखें अभ्यस्त होनी चाहिये, उसका ध्यान भाषा और प्रतिपादित विषय पर तो रहना ही चाहिये, कम्पोज की भूलों पर भी रहना चाहिए। उसका काम है सम्पादित मूल कापी के अनुसार शब्दों को शुद्ध कर देना, विराम चिन्हों का उसे अच्छा ज्ञान होना चाहिए। उसे प्रेस की परिपाटी और स्टाइल की जानकारी होनी चाहिए।

एक अच्छे प्रूफ रीडर में तीन गुणों का होना आवश्यक है—(1) प्रूफ को सही पढ़ना, (2) प्रूफ को तेजी से पढ़ना, और (3) प्रूफ को सफाई से पढ़ना। प्रूफ रीडर से यह अपेक्षा की जाती है कि उसे समसामयिक घटनाओं, ऐतिहासिक महत्वपूर्ण तिथियों, महापुरुषों की सूक्तियों की जानकारी के साथ ही साथ शब्द कोश देखने का भी अभ्यास हो। लेकिन दुख की बात है कि भारत में प्रूफ-रीडर का वेतनमान इतना कम है कि उपर्युक्त योग्यता का कोई व्यक्ति इस काम को पसन्द नहीं करता।

प्रूफ-रीडर को प्रूफ-शोधन के चिन्हों के अतिरिक्त मुद्रण-कला, विशेष रूप से कम्पोजिंग की तकनीक की जानकारी हो। उसे विभिन्न प्रकार के टाइपों को पहचानना जरूरी है।

कॉपी होल्डर

प्रूफ रीडर की सहायता के लिए कॉपी होल्डर होना है। उसका कार्य प्रेस-कॉपी को इस तरह पढ़ना है कि प्रूफ-संशोधक सभी भूलों को ठीक करता चले। उसमे कम से कम इतनी योग्यता होनी चाहिए कि वह कॉपी को स्पष्ट और साफ-साफ पढ़ सके।

प्रूफ

प्रूफ तीन तरह का होता है—(1) गेली-प्रूफ (2) पेज-प्रूफ और (3) फर्मा-प्रूफ। गेली-प्रूफ में ठोस मेटर रहता है। पेज-प्रूफ में प्रत्येक पृष्ठ फोलियो (पृष्ठ संख्या) के साथ रहता है और फर्मा-प्रूफ में पृष्ठ यथास्थान इम्पोज कर कसे रहते हैं।

प्रूफ संशोधन सम्बन्धी आवश्यक बातें

(1) प्रूफ रीडर को सर्व प्रथम यह देखना चाहिये कि प्रूफ साफ है या नही यदि प्रूफ साफ नही है तो दूसरा प्रूफ मगवा लेना चाहिये।

(2) प्रूफ संशोधन के बाद यह देख लेना चाहिये कि सारे संशोधन फर्में में कर दिये गए हैं या नही। फोलियो, शीर्षक और पृष्ठ नम्बर अच्छी तरह जाच लें।

(3) पेज या फर्मा रिवाइज करने से पहले गैली प्रूफ से मिला ले।

(4) रिवीजन अच्छी तरह करें। यह भी देख लें कि पेज के ऊपर या नीचे की लाइन कही छूट तो नही गई है। यह भी देख लें कि सभी 'क्वेरी' ठीक हो गई है या नही ?

(5) प्रूफ मे अधिक गलतियाँ रहने पर एक बार पढ़कर, सुधार करवा के प्रूफ दुबारा माँग ले।

(6) प्रूफ को दुबारा देखते समय यह ध्यान रखे कि कही कोई टाइप तो नही निकल गया। करेक्शन मे कोई डबल तो नही लग गया और कोई बगैर मार्क किया हुआ टाइप तो नही बदल गया।

(7) फुट नोट के नम्बर की जाँच अवश्य करले। यह भी देख लें कि मैटर का नम्बर उसी पेज मे जा रहा है जिसमे कि फुट नोट है।

(8) प्रूफ सख्त पैन्सिल से न पढ़े। प्रूफ देखने के लिये बॉलपेन सबसे अच्छा रहता है। प्रूफ संशोधन मे ऐसी स्याही का प्रयोग करना चाहिए जो स्पष्ट दिखाई दे। लाल स्याही का प्रयोग ठीक रहता है।

(9) जो भी संशोधन किया जाये उसका सांकेतिक चिन्ह अवश्य देना चाहिये। कम्पोजिटर सांकेतिक चिन्हो को ही देखते हैं।

(10) सांकेतिक चिन्ह बाँई ओर के 'हाशिये' (मार्जिन) से बनाना प्रारम्भ करना चाहिये। जब बाँई ओर के हाशिये मे स्थान न रहे तभी दाहिनी ओर क्रम से संकेत बनाये जायें।

(11) जिस अक्षर-शब्द या विराम को हटाना या बदलना होता है, उसको

काटते हुए एक खड़ी रेखा खीच देते है। जिस स्थान पर कुछ बढ़ाना हो, वहाँ (h) चिन्ह बना दिया जाता है। नया पैरा जहाँ से प्रारम्भ कराना हो वहाँ पर बड़े कोष्ठक का चिन्ह ([) बना देते है।

(12) यदि कभी कोई शब्द या वाक्य पहले काट दिया हो पर बाद में उसे रखना जरूरी हो तो उसके नीचे बिन्दियाँ (............) कर देते हैं।

(13) अस्पष्ट चित्रो या शब्दों को क्रास (×) के चिन्हों से काट देते है। इसका अर्थ उसे स्पष्ट करना है।

(14) अवतरण, विराम तथा स्वर चिन्हों के संकेत हाशिये में स्पष्ट करने चाहिये। इस सम्बन्ध मे सावधानी रखनी चाहिये।

(15) कई पंक्तियो के अन्त मे बार-बार एक ही शब्द का या अधूरे शब्द का आना उचित नही है। एक-दो शब्द बदलकर इसे रोकना चाहिये।

(16) प्रेस-कॉपी मे किसी प्रकार का कोई परिवर्तन करने का अधिकार प्रूफ संशोधक को नहीं है। यदि कोई संदेह है तो हाशिये मे तीन प्रश्न वाचक चिन्ह (? ? ?) बना देना चाहिये। प्रेस की भाषा में इसे 'क्वेरी' ठीक करना कहते है।

(17) संकेतों के अतिरिक्त कम्पोजिटर की सूचना के लिये जो कुछ लिखा जाये, उसे गोल वृत से घेर देना चाहिए।

(18) लाइनो टाइप का करैक्शन मिलाते समय पूरी लाइन पढनी चाहिये।

(19) सुधारे गये (करेक्शन किये गये) प्रूफ का ऊपरी शिरा फटा हुआ होता है। कम्पोजिटर प्रूफ के ऊपरी शिरे को पहचान के लिये फाड़ देता है।

(20) मेकअप, बाइंडिंग आदि को सुरुचिपूर्ण बनाना भी प्रूफ-संशोधक का काम होता है।

(21) मैटर में लेड समान रूप से डाली गई है, पैराग्राफों पर भी सामान्य से एक लेड अधिक डाली गई है, यह भी प्रूफ-संशोधक को देख लेना चाहिए।

(22) प्रूफ-संशोधक को प्रकाशन-नियमों (प्रेस-कानून) की भी थोडी बहुत जानकारी होनी चाहिये। यदि प्रेस में कोई आपत्तिजनक सामग्री मुद्रित हो जाती है, तो लेखक तथा प्रकाशक के अतिरिक्त मुद्रक पर भी मुकदमा चलाया जा सकता है।

(23) *लेखक द्वारा बाद मे भेजी गई सामग्री शामिल हो गई है या नहीं,* इसे भी देख लेना चाहिये। यदि पूरी पुस्तक का अन्तिम प्रूफ एक ही प्रूफ-संशोधक से *दिखाया जाये, तो उसमें निश्चय ही गलतियाँ कम रहती हैं तथा वर्तनी आदि की* एकरूपता बनी रहती है।

(24) प्रूफ-संशोधन के चिन्हों को भारतीय मानक संस्था ने मानकीकृत कर दिया है। भारत सरकार के वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली आयोग ने हिन्दी में इसका रूपान्तर कर दिया है। प्रूफ-संशोधक को इनका ही प्रयोग करना चाहिये।

(25) प्रूफ-संशोधक गेली-प्रूफ, पेज-प्रूफ और फर्मा-प्रूफ पर हस्ताक्षर करना न भूले।

प्रूफ-शोधन-चिन्ह

चिह्न	हिन्दी अर्थ
ʼ ⅄ ‥	लगाएँ
(...) ⅄	बिन्दु पंक्ति लगाएँ
# ⅄	स्पेस बढ़ाएँ
(/) ⅄	,कोष्ठक लगाएँ
(:) ⅄	कोलन लगाएँ/विसर्ग लगाएँ
; ⅄	अल्प विराम लगाएँ
(.) ⅄	विराम चिह्न/बिन्दु लगाएँ
! ⅄	विस्मयादि बोधक लगाएँ
- ⅄	समास चिह्न/हाइफन लगाएँ
(–) ⅄	एक एम डैश लगाएँ
▭ ⅄	हाशिये/पार्श्व से एक एम स्पेस छोड़कर लगाएँ
▭ ⅄	हाशिये/पार्श्व से दो एम स्पेस छोड़कर लगाएँ
; ⅄	अर्ध विराम लगाएँ
||	सीध में ठीक करें
[	बायीं ओर लाएँ
]	दायीं ओर लाएँ
	नीचे लाएँ
	ऊपर ले जाएँ
	संकेतित स्थान तक पंक्तियाँ नीचे ले जाएँ
⊥	स्पेस उभर रहा है, उसे दबाएं
	संकेतित स्थान तक पंक्तियाँ ऊपर ले जाएँ

#	स्थान बढ़ाएँ
more #	अधिक स्थान बढ़ाएँ
Less #	स्थान कम करें
[illegible]	मोटे टाइप में बदलें
[illegible]	छोटे टाइप में बदलें
[illegible]	मिलादें
[illegible]#	मिलादें और मध्य स्थान बढ़ा दें
[illegible]	मिलादें और टाइप निकाल दें
[illegible]	निकालें/हटाएँ
[illegible]	निकालकर मिलादें
[illegible]	निकालें और मध्य स्थान कम करें
stet/	.... यथावत्/ज्यों का त्यों
( )/	लघु कोष्टक लगाएँ
{ }/	दीर्घ कोष्टक लगाएँ
[illegible]	नीचे वाला अंक ऊपर/शिरोवर्ती करें
[illegible]	रेखा डालें
※	मूल प्रति/पाण्डुलिपि देखें
[illegible]	जारी रखें
[illegible]	इकहरे उद्धरण चिह्न लगाएँ
[illegible]	दुहरे/डबल उद्धरण चिह्न लगाएँ

1	एक एम डैस लगाएँ
2	दो एम डैस लगाएँ
1en	एक एन का (1/12 इंच) का डैस लगाएँ
??	लेखक देखें
?/	प्रश्नवाचक चिह्न लगाएँ
	सादे टाइप में लगाएँ
	काले/मोटे टाइप में लगाएँ
	प्रथमाक्षर मोटे और शेष छोटे टाइप में लगायें/स्माल कैप्स में
	वृहदाक्षरों में/कैपीटल अक्षरों में लगाएँ
//- ///	पंक्तियां टेढ़ी हैं, सीधी करें
x/	टूटा टाइप/अक्षर बदलें
	पंक्तियां ठीक करें
ital/	तिरछी इटैलिक्स चाहिए
	अक्षर उल्टा है, सीधा करें
tr/	स्थान बदल दें
/ ¶ no	नया पैरा नहीं चाहिए/जारी रखें

' ✓	एपास्ट्राफी लगाएँ
¶/ NP/	नया अनुच्छेद/पैरा बनाएँ
no#	स्पेस नहीं चाहिए
⑥	पूरी वर्त्तनी दें
—	शब्द रेखांकित करें
ⓐ/ ff/	संयुक्ताक्षर का प्रयोग करें
w.f.	विजातीय अक्षर है, बदलें
lc/	लोअर कैप्स लगाएँ
sc/	स्माल कैप्स लगाएँ
caps/	कैपीटल अक्षर लगाएँ
:—/	कोलन व डैस लगाएँ
=/	हाइफन/समास लगाएँ
^/	बिन्दु (नुक्ता) लगाएँ
∨/	अनुस्वार लगाएँ
eq#	समान स्पेस/समान मध्य स्थान करें
# in #/	दोनों ओर स्पेस देकर लगाएँ
⌒ ⌒ ⌒/	पंक्ति ढीली है, कसें
\ //	शब्दों को त्रिकोण की स्थिति में लगाएँ
└──	अनुच्छेद बनाने की आवश्यकता नहीं

—

16
प्रेस शब्द—सूची

पत्रकारिता-कोश में ऐसे अनेक शब्द हैं जिनका अर्थ सामान्य प्रयोग में कुछ और होता है तथा पत्रकारिता-क्षेत्र में उनका बोध बिल्कुल भिन्न होता है। अतः पत्रकारिता के शिक्षार्थियों को समाचार लेखन और सम्पादन के लिए इस पारिभाषिक शब्दावली (प्रेस शब्द-सूची) का अध्ययन आवश्यक है।

पत्रकारिता मूलतः भारत की देन नहीं है। यह कला हमें पाश्चात्य देशों से मिली है। पत्रकारिता के छात्र अच्छी तरह जानते हैं कि प्रथम पत्रकार कहलाने का श्रेय जेम्स आगस्टस हिक्की को है। वे यह भी जानते हैं कि भारत का प्रथम समाचार-पत्र 29 जनवरी, 1780 को किसी भारतीय भाषा में नहीं बल्कि अंग्रेजी में ('बंगाल गजट' या 'केलकट्टा जनरल एडवरटाइजर') प्रकाशित हुआ था। हिन्दी पत्रकारिता (प्रथम समाचार-पत्र—'उदत मार्त्तण्ड' 30 मई, 1826) तो बहुत बाद मे आई।

अंग्रेजों ने अपने 150 वर्षों के शासन-काल में अंग्रेजी का प्रचार-प्रसार इतनी निपुणता के साथ किया कि उनके भारत से चले जाने के बाद भी उनकी भाषा का हिन्दी की अपेक्षा अधिक वर्चस्व दिखाई दे रहा है। यही कारण है कि पत्रकारिता और उससे सम्बद्ध विषयों में ऐसे शब्दों का बाहुल्य है जो या तो अपने मूल अंग्रेजी रूप में या थोड़े-बहुत परिवर्तन के साथ प्रयुक्त होते हैं। उनमे से कुछ अधिक प्रचलित शब्दो की सूची यहां दी जा रही है—

ए. बी. सी. (A. B. C.)—यदि 'आडिट ब्यूरो आफ सर्कुलेशन' नामक संस्था का संक्षिप्त रूप है। इस संस्था का कार्य पत्र-प्रसार की जांच करना है। हिन्दी मे इसे 'पत्र-प्रसार-परिगणना' सस्था कहते हैं।

इस संस्था का मूल उद्देश्य एवं कार्य समाचार पत्र-पत्रिकाओं की प्रसार सख्या की परिगणना करना है। जो पत्र-पत्रिकाएँ इस संस्थान के सदस्य होते हैं उनके प्रसार (Circulation) के आंकड़े एकत्र करना और उन आंकड़ो की जांच करके उनकी प्रसार संख्या घोषित करना इस संस्थान का प्रमुख कार्य है। यही कारण है कि ए. बी. सी. द्वारा प्रमाणित प्रसार-संख्या निर्विवाद मानी जाती है।

ऐड (Ad, Add)—अंग्रेजी में एक ही उच्चारण के दो शब्द हैं— ad और add लेकिन उनके अर्थ भिन्न-भिन्न है। जहां एड का आशय Ad. से होता है

वहाँ एडवरटिजमेंट (Advertisement) अर्थात् विज्ञापन के संक्षिप्त रूप में प्रयुक्त होता है। जहाँ इसका आशय Add. से होता है वहाँ यह क्रिया और संज्ञा दोनों ही रूपों में प्रयुक्त होता है। क्रिया रूप में इसका अर्थ होता है 'जोड़ो'। यह निर्देश सम्पादकीय-विभाग की ओर से मुद्रण-विभाग को तब दिया जाता है जब पहले लिंग किसी समाचार में कोई नई सामग्री जोड़नी होती है। 'एड' या 'जोड़ो' शब्द जोड़े जाने वाले समाचार की पाण्डुलिपि पर एक कोने में लिख दिया जाता है।

संज्ञा रूप में (add) इसका प्रयोग जोड़ी जाने वाली नई सामग्री के लिए होता है। अंग्रेजी में इसकी पूरी शब्दावली add Matter है और add, उसका संक्षिप्त रूप है। हिन्दी में इसे पूरक या परिशिष्ट कहते हैं।

एडवांस (Advance)—अंग्रेजी के इस शब्द का अर्थ होता है 'अग्रिम'। इसका प्रयोग समाचार या भाषण आदि की उस पाण्डुलिपि के लिए किया जाता है जो प्रकाशन के निर्धारित समय से पहले ही पत्र-पत्रिकाओं को दे दी जाती है, जिससे कि उसके प्रकाशन में विलम्ब न होने पाए और वह समाचार सभी पत्र-पत्रिकाओं में एक साथ प्रकाशित हो सके।

राष्ट्रपति, प्रधान मंत्री आदि के राष्ट्र के नाम प्रसारित किये जाने वाले भाषणों की प्रतियाँ प्रायः सदैव ही समाचार-पत्रों को पहले ही दे दी जाती है और उन पर लिखा होता है—"इस समय से पूर्व प्रकाशित न करें।"

अगेट (Agate)—यह मुद्रण-विषयक शब्द है। जो टाइप या मुद्राक्षर $5\frac{1}{2}$ प्वाइंट के होते हैं उसे अगेट कहते हैं। यह टाइप समाचारों के लिए प्रयोग में आने वाले सामान्य टाइप से काफी छोटा होता है और अधिकांशतः विज्ञापनों में ही प्रयुक्त होता है। इसके प्रयोग से कम स्थान में अधिक विज्ञापन छप जाते हैं।

हिन्दी में अभी 8 प्वाइंट से छोटे आकार के टाइप नहीं ढाले जाते, जबकि अंग्रेजी में 5 प्वाइंट तक के टाइप ढलते हैं। इसी तरह हिन्दी का सबसे बड़ा टाइप 72 प्वाइंट का होता है, लेकिन अंग्रेजी में 80 प्वाइंट तक के टाइप मिलते हैं।

एगोनी कालम (Agony Column)—इसका शाब्दिक अर्थ है यंत्रणा-स्तम्भ अर्थात् वह स्तम्भ जिसमें मन को यंत्रणा देने वाली बातें प्रकाशित होती हैं। पत्रकारिता शब्दावली में इसका प्रयोग केवल उस स्तम्भ के लिए किया जाता है जिसमें व्यक्तिगत हानि या खेद, मृत्यु की सूचनाएँ विज्ञापन के रूप में प्रकाशित कराई जाती हैं—जैसे कार, स्कूटर आदि का खो जाना, देहावसान के समाचार।

आल इन हैंड (All in hand)—इस वाक्यांश का प्रयोग तब किया जाता है जब समाचार पत्र के किसी एक संस्करण के लिए सारी लिखित सामग्री सम्पादकीय विभाग में मुद्रण के लिए भेज दी जाती है। हिन्दी में इसके लिए 'पूर्व-प्रेषित' वाक्यांश का प्रयोग किया जाता है।

आल अप (All up)—इसका प्रयोग मुद्रण विभाग तब करता है जब किसी

समाचार पत्र-पत्रिका के एक संस्करण की समस्त पाण्डुलिपियाँ कम्पोज हो जाती हैं। हिन्दी में इसके लिए 'पूर्ण निष्पादित' वाक्य का प्रयोग किया जाता है।

ए. एम. (A. M.)—सामान्य रूप से रात्रि के बारह बजे बाद का समय ए. एम. कहलाता है। पत्रकारिता-शब्दावली में इसका प्रयोग एक विशिष्ट अर्थ में होता है। जो समाचार-पत्र प्रातः कालीन होते है अर्थात जिनका मूल संस्करण सबेरे प्रकाशित होता है वे 'ए. एम.' कहलाते हैं, जैसे–'हिन्दुस्तान', 'नव भारत टाइम्स,' 'जनसत्ता', 'नई दुनियाँ' तथा 'राजस्थान पत्रिका' आदि। 'सांध्यकालीन-पत्र जैसे 'सांध्य समाचार', 'इवनिंग न्यूज' आदि 'पी. एम.' कहलाते हैं।

ऐंगल (Angle)—ऐंगल का शाब्दिक अर्थ है कोण। इसका प्रयोग जब पत्रकारिता के क्षेत्र में किया जाता है तब इसका अर्थ होता है समाचारों के प्रस्तुतीकरण का कोण अर्थात् वह दृष्टिकोण, वह पहलू या वह पक्ष जो पत्र-पत्रिकाओं में किसी समाचार या विचारधारा को प्रस्तुत करते समय अपनाया जाता है। उदाहरण के लिए 'पेट्रियाट' दिल्ली का दृष्टिकोण साम्यवाद-समर्थक है जबकि 'नेशनल हेरल्ड', दिल्ली कांग्रेस आई. का समर्थक है।

ए. पी. (A. P.)—यह विश्व प्रसिद्ध समाचार एजेन्सी 'एसोसिएटेड प्रेस' (Associated Press) का संक्षिप्त रूप है। भारत मे स्वतन्त्रता से पूर्व जो प्रमुख समाचार समिति थी वह ए. पी. आई. अर्थात् 'एसोसिएटेड प्रेस आफ इण्डिया' कहलाती थी। अमेरिका मे यही संस्था ए. पी. ए. (एसोसिएटेड प्रेस ऑफ अमेरिका) कहलाती है। जिस-जिस देश में इसकी शाखा होती है उस-उस देश का नाम इसके साथ जोड दिया जाता है।

आर्ट (Art)—आर्ट का अर्थ है कला। पत्रकारिता-शब्दावली में इसका आशय समाचार-पत्र या पत्रिका के कला पक्ष से है। पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाले फोटो, रेखा चित्र, सज्जित शीर्षक, नक्शे आदि या किसी पृष्ठ या सम्पूर्ण अंक की रूप सज्जा कला-पक्ष के अन्तर्गत आती है।

एसाइनमेंट (Assignment)—सम्पादक या समाचार सम्पादक की ओर से संवाददाताओं (रिपोर्टरों) आदि को जो निर्देश दिया जाता है, उसे एसाइनमेंट कहते हैं। हिन्दी में इसे कर्म-निर्देश या समानुदेशन कहते हैं।

एसाइनमेंट बुक (Assignment Book)—समाचार-सम्पादक की टेबल पर एक विवरण-पुस्तिका रहती है जिसमे वह यह निर्देश लिखता है कि किस संवाददाता को कब, किस प्रेस-कान्फ्रेंस (समाचार-सम्मेलन) मे जाकर समाचार सकलन करना है। दूसरे शब्दो मे संवाददाताओं की निर्देश-पुस्तिका या समानुदेशन पुस्तिका को 'एसाइनमेंट-बुक' कहते हैं।

एसाइनमेंट-मैन (Assignment-man)—संवाददाताओं मे एक वर्ग ऐसा होता है जिसका कार्य बंधा होता है और वह 'बीट रिपोर्टर' या 'गश्ती सवाददाता' कहलाता

है। दूसरा वर्ग उन संवाददाताओं का होता है जो समाचार-सम्पादक के निर्देश पर कभी-कभी कहीं और कहीं जाते हैं। इस वर्ग का संवाददाता 'एसाइनमेंट-मैन' कहलाता है। अन्य शब्दों में कहा जा सकता है कि वह संवाददाता जो समाचार-सम्पादक के निर्देश के अनुसार कार्य करने के लिए उपलब्ध होता है।

एक्सक्लूजिव (Exclusive)—वह समाचार जिसके किसी अन्य समाचार-पत्र में प्रकाशन की सभावना न हो या वह विशेष समाचार जो किसी और सवाददाता को प्राप्त न हुआ हो।

बी. एफ. (B. F.)—यह बोल्ड प्रेस (Bold-face) का संक्षिप्त रूप है। इसका अर्थ है मोटा या काले आकार का टाइप। टाइप के दो रूप होते है, एक पतला जिसे सफेद कहते हैं और दूसरा मोटा जिसे काला कहते है। 'बोल्ड' का अर्थ 'बड़ा' नही है। अगर एक मुद्राक्षर दस प्वाइंट का है और दूसरा मुद्राक्षर बारह प्वाइंट का तो बारह प्वाइट वाला मुद्राक्षर 'बोल्ड फेस' का मुद्राक्षर नही कहलायेगा, दस प्वाइंट के काले रूप वाला टाइप ही 'बोल्ड फेस' कहलायेगा।

बैक-बेंच (Back-Bench)—इस शब्द का प्रयोग सम्पादकीय विभाग के वरिष्ठ अधिकारियों की उस सभा के लिए करते है जो समाचारों के संकलन तथा पृष्ठ विन्यास (साज-सज्जा) की योजना तैयार करती है।

बैक रूम (Back-Room)—छोटे समाचार-पत्रों के जिस कमरे में छपाई की मशीनें आदि रखी है उसे बैक-रूम कहते है। बड़े समाचार-पत्रों के इस कक्ष को बैक-शाप (Back-Shop) कहते हैं।

बैलून (Balloon)—व्यंग्य-चित्रों में एक गुब्बारे जैसा रेखांकन होता है जिसमे किसी पात्र के मुख से निकले हुए शब्द लिखे रहते हैं। इसी गुब्बारे को पत्र-कारिता की भाषा में बैलून कहते है।

बैंक (Bank)—समाचार के ऊपर एक से अधिक शीर्षक लगाये जाते है तब इन शीर्षकों में से प्रत्येक को बैंक कहते हैं।

डैक (Deck)—यह शब्द भी बैंक के अर्थ में प्रयुक्त होता है। शीर्षक का दूसरा या तीसरा भाग, जो पहले खण्ड की पुष्टि करता है या अन्य विवरण देता है उसे डैक कहते है। जिस प्रकार डबल डेकर बस होती है उसी प्रकार दो डेक वाले या दो मंजिले शीर्षक भी होते हैं। कभी-कभी शीर्षक तिमंजिले और चौमंजिले भी होते हैं। इन्हीं मंजिलों को 'बैंक' या 'डैक' कहते हैं।

बैनर (Banner)—प्रथम पृष्ठ के पूरे पृष्ठ पर (सभी कालमों के शीर्ष पर) जो सबसे बड़ा शीर्षक होता है उसे 'बैनर' कहते हैं। बैनर अंग्रेजी में झण्डे को कहते हैं। जैसे झण्डा सबसे ऊपर फहराता है उसी प्रकार बैनर शीर्षक भी सबसे महत्त्वपूर्ण समाचार का जोरों से विज्ञापन करता है।

बैनर समाचार-पत्र के नाम पट्टी के नीचे, पूरी चौड़ाई में तथा सबसे मोटे

टाइप में ही दिया जाता है । हिन्दी में 'बैनर' के लिए 'पताका', 'महाशीर्ष' शब्द का प्रयोग किया जाता है ।

समाचार-पत्र के अन्दर पृष्ठ के पताका महाशीर्ष को बैनर नहीं, बल्कि बाइंडर (Binder) कहते हैं ।

बीट (Beat)—संवाददाता (रिपोर्टर) के समाचार संकलन करने के क्षेत्र को बीट कहते है । दूसरे शब्दो मे सवाददाता अदालतों, थानों, नगरपालिका आदि जिन स्थानो पर प्रतिदिन जाकर समाचार एकत्र करता है उसे उसका कार्य क्षेत्र या बीट कहते हैं ।

बिग रूम (Big Room)—समाचार पत्र का सम्पादकीय कक्ष । जहाँ मुख्य उप सम्पादक, उप सम्पादक आदि साथ-साथ बैठते हैं, बिग रूम अर्थात् महा कक्ष कहलाता है । सम्पादक, समाचार सम्पादक का कक्ष प्रायः अलग ही उनसे सटा होता है ।

बाक्स (Box)—समाचारों के मध्य अक्सर छोटे-छोटे ऐसे समाचार दिए जाते है जो चारों ओर से रेखाओ से घिरे होते है । ये बद सदूकनुमा होते है इसलिए बाक्स कहलाते है । बाक्स अंग्रेजी शब्द है जिसका अर्थ है—बाक्स या ट्रंक । 'बाक्स' शब्द को तत्सम रूप में ही हिन्दी मे आत्मसात कर लिया गया है ।

बाक्स बनाने के लिए चुटीले, हास्यास्पद, भीषण, मानवीय रुचि वाले, अनोखे समाचारों को चुना जाता है । समाचार ऐसे हों जिनकी काया छोटी हो । बहुत लम्बे बाक्स न तो स्वयं में अच्छे लगते है और न पृष्ठ को ही सुन्दर बनाते हैं । बाक्स मे दिये जाने वाले समाचार स्वतन्त्र होते हैं और अपने आप मे पूर्ण होते है । यदि किसी समाचार के ही किसी अश को प्रमुखता देने या पाठकों का ध्यान आकर्षित करने के लिए बाक्स (चौखटे) के बीच छापा जाता है तो उसे 'ड्राप-इन' कहते हैं । एक-एक एम दोनों ओर छोड़कर भी बाक्स बनाये जाते हैं ।

ब्रेक (Break)—इसके दो अर्थ होते है । (1) किसी समाचार का प्रकाश मे आना । जैसे - When the News broke out. (जब समाचार प्रकाश में आया) । (2) समाचार का वह स्थान जहाँ से तोड़कर शेष अश को पृष्ठ के अन्य कालमो पर ले जाते हैं ।

ब्रेक ओवर (Break Over)—किसी समाचार के कुछ भाग को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले जाने की क्रिया को 'ब्रेक ओवर' कहते हैं । इसे 'कैरी ओवर' (Carry Over) या 'जम्प' (Jump) भी कहते हैं ।

ब्रेक लाइन (Break Line)—किसी समाचार के किसी भाग को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने की सूचना देने वाली पंक्ति को 'ब्रेक लाइन' या 'कैरी ओवर लाइन' या 'जम्प लाइन' कहते है । जैसे—(शेष पृष्ठ............, कालम........ में) या (पृष्ठ............का शेष) ।

ब्रीफ (Brief)—संक्षिप्त समाचार के लिए 'ब्रीफ' शब्द का प्रयोग किया जाता है।

बुल डाग (Bull Dog)—समाचार पत्र का सर्व प्रथम सस्करण, सबसे महत्त्वपूर्ण संस्करण, विशेष रूप से प्रभात संस्करण 'बुल डाग' कहलाता है।

बाई लाइन (By line)—समाचार के ऊपर दिये जाने वाला संवाददाता का नाम या हस्ताक्षर अथवा पदनाम सकेत को बाई लाइन कहते है। हिन्दी में इसके लिए 'नाम-पंक्ति' या 'नामोल्लेख' का प्रयोग होता है।

ब्यूरो (Bureau)—देश की राजधानी में या राज्यों की राजधानी या प्रकाशन स्थल पर समाचार समिति या समाचार पत्र का समाचार-संग्रह केन्द्र ब्यूरो कहलाता है। विशेष संवाददाताओं के कक्ष को भी ब्यूरो कहा जाता है।

बोर्डर (Border)—बाक्स और विज्ञापन को घेरने की रूलें बोर्डर कहलाती है। शोक-समाचार को काले व मोटे बार्डर मे दिया जाता है।

कैप्स (Caps)—अंग्रेजी के समाचार-पत्रों मे प्रयुक्त यह शब्द कैपिटल्स (Capitals) या कैपिटल लेटर्स (Capital Letters) का संक्षिप्त रूप है। हिन्दी में इसके लिए 'दीर्घ मुद्राक्षर' शब्द का प्रयोग होता है। इसे 'अपर केस' भी कहते हैं। टाइप रखने के लकड़ी के जो रैक होते हैं, उनके सबसे ऊपर वाले खाने में दीर्घाक्षर रखे जाते हैं, इसलिए वे अपर केस कहलाते है।

कैप्स एण्ड एल. सी. (Caps and L. C)—अंग्रेजी के समाचार पत्रों के कैपिटल्स एण्ड लोअर केस का संक्षिप्त रूप। इसका अर्थ है दीर्घ और लघु मुद्राक्षर। लघु मुद्राक्षर नीचे वाले खाने मे रखे जाते हैं, इसलिए 'लोअर केस' कहलाते है। हिन्दी में दीर्घ और लघु का अन्तर नही होता।

कैप्शन (Caption)—इसका सामान्य अर्थ शीर्षक है, लेकिन समाचार-पत्र इसका प्रयोग विशेष रूप से चित्र-शीर्षक और चित्र-परिचय के लिये करते हैं। कुछ लोग चित्र के ऊपर दिये जाने वाले छोटे शीर्षक को कैप्शन कहते है और कुछ लोग चित्र के नीचे दी जाने वाली परिचय-पंक्ति को।

चित्र के परिचय का अपना विशेष महत्त्व है। वैसे तो यह कहा जाता है कि वही चित्र सर्वश्रेष्ठ है जिसका परिचय लिखने की आवश्यकता न पड़े। ऐसे चित्र तो विरले ही होते हैं। वस्तुतः सभी चित्रों पर परिचय देना ही पड़ता है। परिचय चित्र के उद्देश्य को पूर्ण कर देता है। वह मूक चित्र की वाणी है।

केस (Case)—केस लकड़ी का बना होता है, जिसमें छोटे-बड़े बहुत से खाने होते है। इन खानो में एक विशेष क्रम से टाइप रखे जाते हैं। इन केसों को केस स्टैंड पर रखकर, उनके सामने कम्पोजिटर स्टूल पर बैठकर कम्पोजिंग करते हैं। हिन्दी में केस के लिए 'मुद्राक्षर कोष' शब्द का प्रयोग किया जाता है।

कैजुअल ऐडवरटिजमेंट (Casual Advertisement)—समाचार-पत्रों में छपने वाला वह विज्ञापन, जो यदा कदा दिया जाता है कैजुअल विज्ञापन कहलाता है।

कैच लाइन (Catch Line)—समाचार की संकेत पंक्ति। इसमें एक या दो शब्द होते हैं जो किसी समाचार की पांडुलिपि के प्रथम और बाद के पृष्ठों पर सबसे ऊपर दाईं ओर लिखे जाते हैं। उनके साथ पृष्ठ संख्या भी लिखी जाती है। यह पंक्ति समाचार की पहचान का कार्य करती है, जिससे कि एक समाचार दूसरे के साथ न मिल जाए। उदाहरण के लिए, यदि कोई समाचार विमान-दुर्घटना से सम्बन्धित हो तो समाचार की पाण्डुलिपि के प्रथम पृष्ठ पर विमान-दुर्घटना–1, दूसरे पृष्ठ पर विमान-दुर्घटना–2 ,तीसरे पर विमान-दुर्घटना–3 और इसी प्रकार आगे के पृष्ठों पर लिखा जायेगा।

कम्पोजिटर (Compositor)—छपाई के अक्षर जोड़ने वाला, मैटर कम्पोज करने वाला। यह कार्य हाथ से भी होता है और मशीन से भी। विशेष रूप से हाथ से कम्पोज करने वाले व्यक्ति को ही कम्पोजिटर या कम्पोजक कहते हैं। मशीन से कम्पोज करने वाला व्यक्ति 'आपरेटर' या 'चालक' कहलाता है।

कवर करना (To Cover)—प्रेस रिपोर्टर (संवाददाता) जब समाचार सकलन के लिए घटना स्थल पर जाता है, तो इसे 'कवर करना' कहा जाता है। हिन्दी में इसके लिए 'समाचार-सकलन' शब्द का प्रयोग किया जाता है।

कवरेज (Coverage)—इसके दो अर्थ होते है—(1) समाचार का समावेश करना अर्थात किसी घटना का पूरा विवरण तैयार करना, (2) प्रभाव क्षेत्र या व्याप्ति। जैसे— इस समाचार पत्र का कवरेज बहुत व्यापक है अर्थात् इस पत्र की पहुँच, प्रभाव क्षेत्र या व्याप्ति बहुत विस्तृत है।

क्लासिफाइड ऐडवरटिजमेंट (Classified Advertisement)—वर्गीकृत विज्ञापन अर्थात् वे छोटे-छोटे विज्ञापन जो भिन्न-भिन्न वर्गों के अन्तर्गत छपते हैं। उदाहरणार्थ—'आवश्यकता है; (Wanted), 'बिक्री के लिए' (For Sale), 'विवाह सम्बन्धी, (Matrimonial) आदि वर्गों के अन्तर्गत छपने वाले विज्ञापन। ये सस्ती दर पर छापे जाते हैं।

क्लोजअप (Close up)—यह प्रूफ-शोधन का एक शब्द है। इसका अर्थ होता है पास लाना, या मिलाना या बीच का अन्तर दूर करना। इसके लिए ⁀ संकेत का प्रयोग किया जाता है।

कलर (Colour)—इसका प्रयोग दो अर्थों में होता है। (1) रंजित करना, अर्थात् किसी समाचार को किसी विशेष पुट या दृष्टिकोण के साथ प्रकाशित करना। (2) रंगीन बनना, अर्थात् किसी समाचार को रोचक बनाना, उसमें चटपटी सामग्री जोड़ना।

कालम (Column)—समाचार-पत्र के एक पृष्ठ पर दो रूलों (खड़ी रेखाओं) के मध्य जो आठ खड़े भाग होते हैं उन्हें कालम कहते हैं। ये कालम लगभग दो-दो इंच के होते हैं। साप्ताहिकों, पाक्षिकों और मासिकों आदि में कालम के आकार

छोटे-बड़े हो सकते है। हिन्दी में 'कालम' शब्द के लिए 'स्तम्भ' का प्रयोग किया जाता है।

कालम का एक दूसरा अर्थ भी होता है—किसी विशेष प्रकार के लेखादि के लिए समाचार-पत्र का विशेष निर्धारित स्थान। जैसे दैनिक 'राजस्थान पत्रिका' (जयपुर) मे प्रकाशित 'बात करामत'। इसमे शीर्षक हर ग्रक में एक ही रहता है परन्तु इसमें दी गई सामग्री शीर्षक से मेल खाती हुई बदलती रहती है।

कालम इंच (Column inch)—यह विज्ञापन का एक पैमाना है। इसका अर्थ होता है एक कालम चौडा और एक इंच गहरा या ऊँचा विज्ञापन। उल्लेखनीय है कि आजकल इंच के स्थान पर सेंटीमीटर का प्रयोग होता है। इसलिए विज्ञापन के स्थान को नापने का पैमाना अब कालम-इंच नही बल्कि 'कालम सेंटीमीटर' हो गया है। एक इंच मे लगभग ढाई सेंटीमीटर होते हैं।

कालमनिस्ट (Columnist)—कालमनिस्ट उस लेखक को कहते हैं जो किसी समाचार-पत्र या पत्रिका में कोई विशेष स्तम्भ लिखता है। अन्य शब्दों में किसी विशेष निर्धारित स्थान के लिए कोई विशेष लेख फीचर, आदि लिखता है। हिन्दी में इसके लिए 'स्तम्भ लेखक' शब्द प्रचलित है।

किल (Kill)—कम्पोज की गई सामग्री या लिखित सामग्री को नष्ट करना।

कालम रूल (Column Rule)—दो कालमों के मध्य मे जो खड़ी पतली रेखा होती है वह कालम रूल कहलाती है। यह मुद्रण सम्बन्धी शब्द है।

कान्ट्रैक्ट ऐडवरटिजमेंट (Contract Advertisement)—ठेका, अनुबन्धित या सविदा विज्ञापन। ये विज्ञापन एक निश्चित अवधि के लिए अपेक्षाकृत कम दर पर छापे जाते हैं।

कापी (Copy)—यह शब्द पाण्डुलिपि का पर्यायवाची है। प्रेस में कम्पोज के लिए जो लिखित अथवा संशोधित समाचार, लेख आदि सामग्री भेजी जाती है उसके एक-एक पृष्ठ या पूरी पाण्डुलिपि को 'कापी' कहते हैं।

कापी ब्वाय (Copy boy)—वह व्यक्ति जो लिखित या संशोधित समाचार; लेख आदि को सम्पादक की टेबल से लेजाकर प्रेस में देता है। पहले यह कार्य प्राय. छोटे लड़के ही किया करते थे, इसलिए आज भी 'ब्वाय' शब्द का ही प्रयोग किया जाता है। भले ही वाहक बूढा ही क्यों न हो। हिन्दी में इसके लिए 'पाण्डुलिपि-वाहक' शब्द प्रचलित है।

कापी-होल्डर (Copy-holder)—यह व्यक्ति प्रूफ रीडर का सहायक होता है। यह मूल प्रति को पढ़ता जाता है और उसके अनुसार प्रूफ-रीडर संशोधन करता जाता है। कभी-कभी प्रूफ रीडर बोलता है और कापी-होल्डर मूल प्रति से मिलान करता है। हिन्दी में इसके लिए 'पाण्डुलिपि धारक' शब्द प्रचलित है।

कापी-रीडर (Copy reader)— पत्रकारिता-शब्दावली में रीडर का अर्थ पाठक या प्राध्यापक नहीं, बल्कि संशोधक होता है। इसलिए कापी रीडर वह व्यक्ति होता है जो समाचारों आदि की पाडुलिपियों का संशोधन करता है। यह कार्य सामान्यतः उप सम्पादक करते हैं, इसलिए 'कापी रीडर' शब्द का प्रयोग उप सम्पादक के लिए ही किया जाता है। अमेरिका मे उप-सम्पादक के लिए 'सब एडीटर' (Sub Editor) नहीं बल्कि 'कापी रीडर' शब्द का प्रयोग किया जाता है।

भारतीय समाचार-पत्रों में आम तौर पर कापी-सम्पादक उप सम्पादक ही होते है जो डेस्क पर बैठकर कापी का संशोधन करते है। उनके काम की देख-रेख मुख्य उप सम्पादक करता है और मुख्य उप सम्पादक के ऊपर समाचार-सम्पादक होता है।

कापी-टेस्टर (Copy taster)—कापी टेस्टर उस व्यक्ति को कहते है जो समाचार आदि को देखता है और उसे पढकर निर्णय करता है कि वह प्रकाशन के योग्य है अथवा नहीं। यह कार्य सामान्यतः मुख्य उप-सम्पादक करता है। इसलिए उसका दूसरा नाम 'कापी टेस्टर' है।

कापी-राइटर (Copy writer)—पत्रकारिता-शब्दावली मे 'कापी राइटर' का प्रयोग विशेष रूप से विज्ञापन लेखक के लिए होता है। यह समाचार-पत्रों, विज्ञापन-समितियों तथा व्यावसायिक संस्थाओं आदि मे विज्ञापन का प्रारूप तैयार करता है।

कारेसपाडेंट (Correspondent)—हिन्दी में इसका शुद्ध पर्यायवाची शब्द *संवाददाता है, जो कि समाचारदाता (Reporter) से भिन्न है। वस्तुतः* संवाददाता उसे कहते हैं जो संवाद के रूप में समाचार भेजता है, अर्थात् जो डाक, तार या टेलिप्रिन्टर के माध्यम से समाचार भेजता है। नगर से बाहर के समाचारदाता के लिए ही संवाददाता शब्द का प्रयोग उचित है। किन्तु हिन्दी मे दोनों के लिए संवाददाता शब्द का प्रयोग प्रचलित है।

अंग्रेजी में भी अब रिपोर्टर और कारेसपाडेट का अन्तर समाप्त होता जा रहा है। 'हिन्दुस्तान टाइम्स' पत्र केवल कारेसपाडेट शब्द का (Hindustan Times Correspodent) ही प्रयोग करता है। 'टाइम्स आफ इण्डिया,' 'स्टेट्समैन' समाचार-पत्रों में आज भी रिपोर्टर और कारेसपाडेट दोनों ही शब्दों को उनके अलग-अलग पदों के अनुसार लिखने की परिपाटी है।

क्रेडिट लाइन (Credit line)—वह पंक्ति जिसमें समाचार के सूत्र का उल्लेख किया जाता है उसे क्रेडिट लाइन कहते हैं जैसे—'प्रे. ट्र.' (P. T. I), 'यू. एन. आई.' (U. N I), 'भारती' (समाचार भारती), 'हि. स.' (हिन्दुस्तान समाचार) तथा 'यूवा' (यूनि वार्ता) आदि।

इन समाचार सूत्रों का नाम अक्सर तिथि-पंक्ति के साथ कोष्टक (ब्रैकट) में लिखा जाता है—नई दिल्ली, 28 अक्तूबर (प्रे.ट्र.)। लेकिन जब किसी कार्यालय संवाददाता, विशेष संवाददाता का उल्लेख करना होता है तब वह पंक्ति अलग से लिखी जाती है, जैसे—(हमारे कार्यालय संवाददाता द्वारा), (हमारे विशेष संवाददाता द्वारा)। समाचार-पत्रों में क्रेडिट लाइन संवाददाता के नाम से देने की भी परिपाटी है, जैसे—कुलदीप नायर-नई दिल्ली, 28 अक्तूबर।

क्रीड (Creed)—यह शब्द टेलीप्रिन्टर (दूर मुद्रक) का पर्यायवाची है। इसका आशय उस मशीन से है जिसके माध्यम से समाचार समितियाँ अपने समाचार समाचार-पत्रों, आकाशवाणी और जन सम्पर्क विभाग आदि को भेजती हैं। इस शब्द का प्रयोग जब क्रिया रूप में होता है तब इसका अर्थ हो जाता है–टेलीप्रिन्टर मशीन पर समाचार भेजना।

सर्व प्रथम सन् 1901 में मेसर्स क्रीड एण्ड कम्पनी लि. क्रोयडन (इंगलैण्ड) ने टेलीप्रिन्टर मशीनें बनाई थी, अतः इन मशीनों का नाम ही क्रीड मशीन पड़ गया। क्रीड शब्द भी अंग्रेजी भाषा में टेलीप्रिन्टर पर प्राप्त अथवा भेजे जाने वाले समाचार के लिए प्रयुक्त होने लगा। क्रीड कम्पनी के संस्थापक का नाम फ्रेडरिक क्रीड था। श्री क्रीड ने मोर्सकूट (कोड) और वीट स्टोन प्रणाली में संशोधन कर की-बोर्ड, परफोरेटर, रि-परफोरेटर और प्रिन्टर के आविष्कार से समाचार प्रसारण जगत् में चिर स्थायी यश प्राप्त कर लिया।

क्राप (Crop)—किसी प्रकाशनीय चित्र को इधर-उधर से काटकर वांछित आकार प्रदान करना 'क्राप' कहलाता है। क्राप का सामान्य अर्थ है काटना, कतरना।

क्रास लाइन (Cross line or Cross head)—एक पंक्ति के लघु शीर्षक को 'क्रास लाइन' या 'क्रास हेड' कहते हैं। यह शीर्षक एक कालम का होता है और सामान्य समाचारों से थोड़े ही बड़े आकार के मुद्राक्षर (टाइप) में होता है।

क्रास हेडिंग (Cross Heading)—उप-शीर्षक। समाचारों के बीच में दिये जाने वाले छोटे-छोटे शीर्षक को उप-शीर्षक कहा जाता है। इससे पत्र की सुन्दरता बढ़ती है और आंखों को आराम मिलता है।

कब (Cub)—कब का सामान्य अर्थ है–सिंह का बच्चा, लेकिन पत्रकारिता-जगत् में इसका प्रयोग नये या नौसिखिये संवाददाताओं के लिए किया जाता है।

कट (Cut)—इस शब्द के दो अर्थ हैं—(1) समाचार पत्र में 'समाचारों' के मध्य प्रकाशित होने वाले चित्र को पत्रकारिता शब्दावली में 'कट' कहते हैं। (2) इसका एक दूसरा अर्थ भी होता है—किसी समाचार को काट-छांटकर छोटा करना।

कट लाइन (Cut line)—किसी चित्र के ऊपर लिखे गये संक्षिप्त ... को, जो कुछ मोटे टाइप में होता है कट लाइन कहते है। कुछ समाचार-पत्रों में ...

के नीचे लिखे जाने वाली पंक्तियों को 'कट लाइन' कहा जाता है और चित्र के ऊपर लिखे जाने वाले छोटे-शीर्षक को 'कैप्शन' कहते हैं।

सेन्टर स्प्रेड (Centre Spread)—मध्य के दो पृष्ठों पर फैला चित्र या लेख 'सेन्टर स्प्रेड' कहलाता है। इसके लिए हिन्दी में 'मध्य पृष्ठीय सज्जा' शब्द का प्रयोग किया जाता है।

चेस (Chease)—चेस लोहे के उस चौकोर फ्रेम या चौखटे को कहते हैं जिसके भीतर समाचारों, लेखों आदि को रखकर पृष्ठ बनाते हैं। चेस और उसके भीतर की प्रकाशनीय सामग्री को 'फर्मा' कहते हैं। इस फर्मे में एक बड़ा पृष्ठ या कई छोटे-छोटे पृष्ठ होते हैं।

सर्कुलेशन (Circulation)—समाचार पत्र या पत्रिका की औसत प्रसार संख्या सर्कुलेशन कहलाती है। इसमें बिक्री प्रतियाँ भी सम्मिलित होती हैं। अन्य शब्दों में पत्र-पत्रिका की जितनी प्रतियाँ पाठकों में प्रसारित होती हैं वे उनका *सर्कुलेशन या प्रसार-संख्या कहलाती है।*

सिटी एडीटर (City Editor)—नगर सम्पादक। वह सम्पादक, जो नगर से सम्बन्धित समाचारों का सम्पादन करता है। ब्रिटेन में आर्थिक पृष्ठ के सम्पादक को 'सिटी एडीटर' कहते हैं। लन्दन का नगर (सिटी) आर्थिक समाचारों तथा लेन-देन का केन्द्र समझा जाता है। सम्भवतः इसलिए वहाँ के नगर-सम्पादक का विशेष उत्तरदायित्व आर्थिक समाचारों की देख-देख करना है।

भारतीय समाचार-पत्रों में सिटी एडीटर का कोई पद नहीं होता है। नगर के समाचारों का सकलन करने वाले को नगर संवाददाता कहा जाता है।

सिटी डेस्क (City Desk)—नगर-सम्पादक की मेज अर्थात् वह मेज जहाँ नगर-सम्पादक बैठता है या वह स्थान जहाँ नगर के समाचार रखे तथा सम्पादित किये जाते हैं।

डेट लाइन (Date line)—'दिनांक रेखा' या 'तिथि रेखा'। इसमें स्थान, दिनांक और महीने का उल्लेख होता है, लेकिन वर्ष नहीं लिखा जाता है। स्थान वह होता है जहाँ समाचार लिखा जाता है, भले ही घटना कहीं और घटी हो। दिनांक रेखा के साथ सूत्र का उल्लेख करने की भी परिपाटी है, जैसे—

जयपुर, 28 अक्टूबर (यूनीवार्ता)

डेड (Dead)—रद्द समाचार। वह समाचार जो प्रयोग में नहीं लाये जाते हैं उन्हें डेड समाचार कहते हैं। चाहे वे पाण्डुलिपि के रूप में हों, चाहे कम्पोज किये हुए हों।

डेड लाइन (Dead line)—इति रेखा या लक्ष्मण रेखा। इसका आशय समय की निश्चित अवधि से होता है जिसके बाद कोई समाचार प्रेस में न भेजा जा सकता है और न लिया जा सकता है। इस रेखा या समय सीमा का उल्लंघन करने पर समाचार-पत्र के प्रकाशन में विलम्ब होने की आशंका रहती है।

डेक (Deck)—यह शब्द बैंक का पर्यायवाची है। डेक से आशय शीर्षकों के द्वितीय या तृतीय खण्ड से है। यह पहले खण्ड की पुष्टि करता है या अन्य विवरण देता है।

डिलीट (Delete)—यह प्रूफ-संशोधन का एक शब्द है। किसी अक्षर या शब्द अथवा प्रूफ में से कुछ मैटर को निकालने या हटाने के आदेश को 'डिलीट' कहते हैं। इसके लिए अंग्रेजी के D आकार का संकेत चिन्ह प्रयुक्त होता है।

डिस्ट्रीब्यूट (Distribute)—कम्पोज किये हुए मैटर को तोड़कर जब उनके टाइप एक-दूसरे से अलग किये जाते हैं तब उस क्रिया को 'डिस्ट्रीब्यूट' करना या बाटना या वितरित करना कहते हैं।

डिस्प्ले (Display)—इसका शाब्दिक अर्थ है प्रस्तुत करना। सामान्यतः पृष्ठ साज-सज्जा, सजावटी छपाई या कलात्मक ढग से मुद्रण करने को 'डिस्प्ले' कहते हैं। लेकिन पत्रकारिता-जगत् में इसका प्रयोग विशेष रूप से 'सजावटी विज्ञापन' या 'सज्जित विज्ञापन' के लिए किया जाता है। सजाकर छापे जाने वाले विज्ञापन भिन्न-भिन्न आकार के टाइप में छापे जाते हैं। ये एक या एक से अधिक कालमों के होते हैं। इनके लिए 'क्लासिफाइड' या 'वर्गित' विज्ञापनों से अधिक मूल्य लिया जाता है।

डबलेट (Doublet)—कभी-कभी भूल या असावधानी के कारण एक ही समाचार एक से अधिक स्थानों पर छप जाता है, इसे 'डबलेट' कहते हैं। इसके लिए 'डबलटन' (Doubleton) शब्द भी प्रचलित है।

डोप (Dope)—मूल सामग्री या जानकारी, जिसका प्रयोग पत्रकार समाचार लिखने में करते हैं।

ड्राप हैड (Drop head)—सोपानी या सीढ़ीनुमा शीर्षक को 'ड्राप हैड' कहते हैं। इसमें प्रत्येक पंक्ति दाहिनी ओर खिसकती जाती है, जैसे—

सहायता-सहयोग के बावजूद
हिन्दी रंगमंच का अधिक
विकास नहीं

इसका आकार सीढी (सोपान) जैसा दिखता है। इस प्रकार का शीर्षक एक कालम का ही अच्छा लगता है। इसे सीढ़ीदार शीर्षक भी कहते हैं।

डमी (Dummy)—समाचार-सम्पादक और मुख्य-सम्पादक आपस में विचार-विमर्श करके कागज पर किसी पत्र-पत्रिका के पृष्ठों का जो खाका तैयार करते है उसे 'डमी' कहते हैं। इसमें इस बात का संकेत होता है कि कौन-सा समाचार, चित्र, विज्ञापन आदि कहाँ छपने हैं और कितने स्थान में। हिन्दी में इसके लिए 'खाका' शब्द का प्रयोग किया जाता है। डमी दो तरीकों से बनाई जाती है—(1) कागज का खाका बनाकर उसके बाद प्रेस मे मैटर दिया जाता है। (2) प्रेस में ... होने के बाद कम्पोज गेलो-प्रूफ को देखकर डमी बनाई जाती है।

दैनिक समाचार-पत्रों में डमी पत्र के आकार के कागज पर सांकेतिक शब्दों और रेखाओं से तैयार किया जाता है जबकि पत्रिकाओं में पत्रिका के आकार के पृष्ठ पर प्रकाशकीय सामग्री के प्रूफ की कतरने चिपका दी जाती है। इसे ले-आउट भी कहते हैं।

डैश (Dash)—एक छोटी-सी सीधी रेखा, जो शीर्षक के विभिन्न खण्डों को एक-दूसरे से अलग रखने के लिए प्रयुक्त की जाती है। यह अनेक रूपों में होती है।

ईयर्स (Ears)—समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर पत्र की नाम-पट्टिका के साथ एक या दोनों ओर छोटे चौखटनुमा विज्ञापन छपते हैं, उन्हें 'ईयर्स' कहते है।

एडिटोरियलाइज (Editorialize)—किसी समाचार या शीर्षक में मत प्रकट करना। इसका अधिकार केवल सम्पादक, सहायक-सम्पादक को है। उप सम्पादक, संवाददाता आदि ऐसा नहीं कर सकते।

एम (Em)—टाइप मापने की इकाई। एक इंच में 6 एम होते है। उल्लेखनीय है कि मुद्राक्षर की ऊँचाई प्वाइंट से नापी जाती है। एक इंच में 72 प्वाइंट होते हैं, इसलिए एक एम बारह प्वाइंट के बराबर होता है। 'पाइका' नामक टाइप एक एम चौड़ा और एक एम (12 प्वाइंट) ऊँचा होता है।

एन (En)—यह मुद्राक्षर की चौडाई नापने का एक पैमाना है। यह 'एम' का आधा होता है अर्थात् एक एम में दो 'एन' होते हैं।

ऐम्बार्गो (Embargo)—प्रतिबंध या रोक। जब किसी पूर्व-प्रदत्त समाचार के प्रकाशन के लिए कोई तिथि निर्धारित की जाती है या उसे न छापने का आदेश दिया जाता है तब उस आदेश को 'एम्बार्गो' कहते हैं।

फेस (Face)—टाइप का सबसे ऊपर का हिस्सा है जो छपता है अर्थात् टाइप पर जो अक्षर, अंक, मात्रा या चिन्ह रहता है, उसे फेस कहते हैं।

'फेस' का एक और भी अर्थ होता है। टाइप कई प्रकार के होते हैं जैसे 'मोनो' या 'थ्री' या 'मलंड' या 'कलकत्तिया' या 'बम्बइया'। टाइप के भिन्न-भिन्न नमूने भी फेस कहलाते हैं, जैसे 'कलकत्तिया फेस का टाइप'।

फ़िलर (Filler)—वे छोटे समाचार जो आवश्यकता पड़ने पर समाचार-पत्र के खाँचे भर देते हैं। इसे हिन्दी में 'पूरक' कहा जाता है।

फ्लैग (Flag)—समाचार-पत्र, पत्रिका के मुख-पृष्ठ पर पत्र का नाम अर्थात् नाम पट्टिका।

फीचर (Feature)—पत्रकारिता में फीचर से तात्पर्य समाचार-पत्रों तथा पत्रिकाओं में प्रकाशित विशिष्ट लेखों हैं जो हमे आनन्दित और प्रफुल्लित करते हैं। ये लेख मात्र तथ्य परक न होकर मानवीय संवेदनशीलता से परिपूर्ण होते हैं। फीचर को हिन्दी में रूपक कहा जाता है।

फीचर सिण्डीकेट (Feature Sindicate)—पत्रकारिता से सम्बन्ध वे संस्थाएँ जो पत्रों-पत्रिकाओं को एक समय पर फीचर, फोटो, व्यंग-चित्र और चार्ट-नक्शे आदि की पूर्ति करते हैं।

फ्लैश (Flash)—किसी महत्त्वपूर्ण समाचार के विषय में संक्षिप्त पूर्व सूचना को 'फ्लैश' कहते हैं। समाचार-समिति को जब कोई महत्त्वपूर्ण समाचार टेलिप्रिन्टर पर भेजना होता है तब वह कुछ समय पूर्व टेलिप्रिन्ट पर ही उसकी पूर्व-सूचना दे देता है, जिसमें ऊपर लिखा होता है—फ्लैश–फ्लैश–फ्लैश और उसके नीचे एक-दो पंक्तियों में उस समाचार का सार दे दिया जाता है। जैसे—

फ्लैश–फ्लैश–फ्लैश

नई दिल्ली, 31 अक्टूबर। प्रधान मंत्री श्रीमती इन्दिरा गाँधी की जान लेने का आज प्रातः उनके निवास स्थान पर असफल प्रयास किया गया। उन्हें आज प्रातः गोली मारी गई जो उनके पेट में लगी। श्रीमती गाँधी को अखिल आयुर्विज्ञान अस्पताल में दाखिल कराया गया।

पूर्व विवरण बाद में आता है। इसका उद्देश्य सम्पादकीय विभाग को पहले से ही सावधान कर देना होता है। हिन्दी में 'फ्लैश' के लिए 'तडित समाचार' का प्रयोग किया जा सकता है।

फ्लश (Flush)—पृष्ठ के छोर तक छापा गया चित्र या अन्य सामग्री। यह पूरे पृष्ठ पर चारों छोर तक फैला हो सकता है या केवल किसी एक छोर तक। अधिकांश केवल चित्र कोरात तक छापे जाते हैं। पठनीय सामग्री छोर तक बहुत कम छापी जाती है, क्योंकि उसके कट जाने की संभावना रहती है। हिन्दी में इसे 'कोरांत मुद्रण' कहते है।

फोलियो (Folio)—पत्र-पत्रिकाओं के प्रत्येक पृष्ठ पर या तो केवल पृष्ठ संख्या दी जाती है या पत्र का नाम और संख्या दोनों ही अंकित होते हैं। यही 'फोलियो' कहलाता है।

फोल्ड (Fold)—समाचार-पत्र का मोड़ जहाँ उसकी तह होती है।

फालो अप (Follow up)—किसी पूर्व प्रकाशित या गत दिन के समाचार के बाद नये समाचार को प्राप्त करना 'फालो अप' कहलाता है। यह विशेष रूप से खेल समाचारों के प्रयोग में आता है। हिन्दी में इसे 'समाचारों का अनुवर्तन' कहते हैं।

फार्म (Form)—फर्मा या चेस के भीतर बनाया गया पृष्ठ, जिसकी छपाई होती है।

फोर्थ स्टेट (Fourth estate)—इस शब्द का प्रयोग समाचार-पत्रों के लिए सामूहिक रूप से किया जाता है। ब्रिटिश पार्लियामेंट में एक सदस्य एडमंड बर्क ने

इसका प्रयोग पहली बार प्रेस के लिए किया था। मूल चार सत्ताएँ-पादरी, सामन्त, संसद-सदस्य और जनता (प्रेस) है। हिन्दी में इसे 'चौथी सत्ता' कहते है।

फ्रीलांस (Freelance)—इसका शाब्दिक अर्थ है स्वतन्त्र। वह पत्रकार जो किसी समाचार-पत्र, पत्रिका आदि से सम्बद्ध नहीं है, फीलांस जर्नलिस्ट या स्वतन्त्र पत्रकार कहलाता है। स्वतन्त्र पत्रकारिता को फीलास जर्नलिज्म कहते हैं। ये स्वतन्त्रता पूर्वक सभी समाचार-पत्रों के लिए लिखते है।

फ्यूज (Fudge)—यह मुद्रण से सम्बन्धित शब्द है। समाचार-पत्रों में लगी रोटरी मशीनों मे विलम्ब से प्राप्त समाचारों को सम्मिलित करने की एक विशेष व्यवस्था है। इन समाचारों के लिए अलग से छोटी प्लेट बना ली जाती है जो रोटरी मशीन के एक विशेष स्थान पर लगा दी जाती है। इसी प्लेट को 'फ्यूज' कहते हैं। हिन्दी में इसके लिए 'छपते-छपते' शब्द का प्रयोग होता है।

फ्यूज बॉक्स (Fudge Box)—रोटरी मशीन में एक खाना बना रहता है जिसमे छपते-छपते समाचार की प्लेट लगा दी जाती है। यह प्लेट अलग छपती है, इसलिये पूरे पृष्ठ को फिर से बनाने या मध्य मे मुद्रण रोकने की आवश्यकता नही पड़ती है।

फुट (Foot)—टाइप जिन दो पैरों पर खड़ा रहता है, उसे फुट कहते हैं।

फ्रंट (Front)—टाइप की बाडी के सामने का भाग, जिसमे खाचा रहता है, उसे फ्रन्ट कहते है।

गैली (Galley)—कम्पोजिटर कम्पोजित सामग्री को एक स्थान पर रखने के लिए लोहे की एक लम्बी चौकोर तश्तरी काम मे लाता है, इसे गैली कहते है। यह लकड़ी या स्टील से बनाई जाती है। इसके तीन तरफ के किनारे उठे हुए होते है जिससे टाइप गिरने नही पाता है। एक गैली में लगभग बीस इंच कम्पोजित मैटर आता है।

गैली प्रूफ (Galley Proof)—गैली में रखी हुई कम्पोजित सामग्री का साधारण कागज पर जो प्रूफ उठाया जाता है उसे गैली प्रूफ कहते हैं।

घोस्ट राइटर (Ghost writer)—वह लेखक जो अपने नाम से न लिखकर अन्य नाम से लिखता है, उसे घोस्ट राइटर कहते हैं।

गाइड लाइन (Guide line)—समाचार की पांडुलिपि के पृष्ठ पर उसकी पहचान के लिए एक या दो शब्द दांए और सबसे ऊपर लिखे जाते है. उसे 'गाइड लाइन' कहते हैं। इसके लिए 'कैच लाइन', 'स्लग' शब्द का भी प्रयोग होता है। हिन्दी में इसे संकेत पंक्ति कहते हैं।

हाफ टोन (Half tone)—ब्लाक दो प्रकार के होते हैं—लाइन ब्लाक और हाफ-टोन ब्लाक। लाइन बनाने मे केवल काले और सफेद स्थानों को स्पष्ट कर देना रहता है। इसलिए किसी भी तरह के चित्र से लाइन-ब्लाक बनाये जा सकते हैं।

इसमें रेखा ब्लाक होता है, किसी प्रकार की जाली नहीं होती है। हाफ-टोन ब्लाक में आलोक और छाया या आभा दोनों को प्रकट करना होता है। उनमें एक प्रकार की जाली (स्क्रीन) डाली जाती है।

हैंड आऊट (Hand out)—किसी संस्था की ओर से प्रकाशनार्थ या सूचनार्थ दिया गया लिखित वक्तव्य। इसे विज्ञप्ति-पत्रक कहते है।

हार्ड न्यूज (Hard news)—समाचार का तथ्य मात्र जिसमें व्याख्या तथा विश्लेषण सम्मिलित न हो, उसे 'हार्ड न्यूज' कहते है।

हेड लाइन या हेडिंग (Head line or heading)—समाचार के शीर्षक को हेड लाइन या हेडिंग कहते हैं।

हेड रूल (Head Rule)—समाचार पत्र के मुख पृष्ठ पर आड़े आकार में सबसे ऊपर जो रेखा दी जाती है, उसे हेड रूल कहते है। यह पत्र के नाम-पट्टिका, प्रकाशन-तिथि आदि के नीचे दी जाती है और समाचार इस रेखा के नीचे छपते है। आधुनिक पृष्ठ सज्जा में यह नियम अनिवार्य नहीं माना जाता है। हिन्दी में इसे 'शीर्ष रेखा' कहते हैं।

हेल बाक्स (Hell Box)—वह डिब्बा जिसमें रद्दी टाइप फेंके जाते है, उसे 'हेल बाक्स' कहते हैं। रद्दी टाइप के फेंकने के कार्य को पाई करना कहते है।

होल (Hole)—समाचार-पत्रों तथा पत्रिकाओं के पृष्ठों में विज्ञापनों तथा समाचारों को समाविष्ट कर लेने के बाद जब कुछ स्थान रिक्त बन जाता है, तब उसे 'होल' कहते हैं। इसे 'न्यूज होल' (News hole) भी कहा जाता है। हिन्दी में इसे रिक्त स्थान कहते हैं।

हाउस आरगन (House organ)—किसी संस्था के मुख-पत्र को हाऊस आरगन कहते हैं। इसे 'संस्था पत्रिका' भी कहते हैं।

ह्यूमन इंटरेस्ट स्टोरी (Human Interest Story)—मानवीय भावना या संवेदन शीलता। फीचर लेखन में मानवीय भावना या संवेदन शीलता को विशेष महत्त्व दिया जाता है।

एच. टी. के. (H. T. K.)—यह 'हेडिंग टू कम' का संक्षिप्त रूप है। समाचार की पांडुलिपि पर जब ये शब्द लिखे जाते हैं तब उसका अर्थ यह होता है कि शीर्षक बाद में आएगा।

इम्प्रेशन (Impression)—मुद्रण-संख्या। जैसे, रोटरी मशीन एक घण्टे में 75 हजार प्रतियाँ छापती है या 75 हजार की दाव देती है।

इन्डेंट (Indent)—किसी पंक्ति में एक या दोनों ओर हाशिया छोड़ना। यह पंक्ति पूरे कालम में छोटी होती है।

इटेलिक्स (Italics)—वे टाइप जो दायें ओर झुके हुए होते टाइप कहलाते हैं। यह रोमन या सीधे टाइप से भिन्न होते हैं।

इन्टरव्यू (Interview)—साक्षात्कार, भेंटवार्ता; आमने-सामने। इन्टरव्यू पत्रकारिता की एक लोक प्रिय विधा है। अप्रत्यक्ष भेंट या साक्षात्कार समाचारों को पूर्ण बनाता है, 'क्यों और कैसे' प्रश्न इन्हीं के माध्यम से पूछे जा सकते हैं। साक्षात्कार से प्राप्त सूचना सामग्री समाचार की रचना के लिए कच्चा माल का कार्य करती है। उसके आधार पर टिप्पणी भी लिखी जा सकती है, लेख भी लिखा जा सकता है यदि आवश्यक हो तो सम्पादकीय की विषय वस्तु भी यह सामग्री बन सकती है।

साक्षात्कार के प्रमुख प्रकार हैं—1. पूर्व निर्धारित साक्षात्कार, 2. सर्वेक्षणार्थ साक्षात्कार, 3. प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष साक्षात्कार, 4. औपचारिक, अनौपचारिक साक्षात्कार, 5. पुनरावृत्ति साक्षात्कार, 6. अचानक साक्षात्कार।

इन्ट्रो (Intro)—यह इट्रोडक्शन का संक्षिप्त रूप है। किसी समाचार के प्रारम्भिक एक या दो पैराग्राफ जिनमे समाचार के मुख्य और महत्त्वपूर्ण अंश होते है और जो अपेक्षाकृत बड़े टाइप में छापे जाते हैं, इन्ट्रो कहलाते हैं। 'इन्ट्रो' समाचार का प्राण अथवा निष्कर्ष होता है। इसे पढ़कर ही समाचार की पूरी स्थिति, घटना-चक्र अथवा निष्कर्ष का ज्ञान हो जाता है। हिन्दी मे 'इन्ट्रो' को आमुख या मुखड़ा कहते है।

इन्ट्रो के दो प्रकार है—(1) भावनात्मक इन्ट्रो और (2) तथ्यात्मक इन्ट्रो। भावनात्मक इन्ट्रो मे समाचारों का दोहन कर निष्कर्ष निकालने अथवा उसके लिए प्रेरणा देना की चेष्टा की जाती है। इसमे संवाददाता अपनी ओर से भी कहने का प्रयास करता है। तथ्यात्मक इन्ट्रो मे घटना चक्र को या तथ्यों को ज्यो के त्यों प्रस्तुत किया जाता है। इसके अतिरिक्त इन्ट्रो के और भी प्रकार हैं—(1) सार (समरी) इन्ट्रो (2) अलंकारिक या कलर इन्ट्रो (3) सामान्य इन्ट्रो (4) कोटेशन इन्ट्रो (5) प्रश्न वाचक इन्ट्रो (6) संवाद (डायलाग) इन्ट्रो (7) विवरणात्मक या वर्णनात्मक इन्ट्रो (8) बुलेट इन्ट्रो (9) सूक्ष्मतम् (स्टाकारी) इन्ट्रो।

इन्वर्टेड पिरामिड (Inverted Pyramid)—इसका प्रयोग शीर्षक और समाचार दोनों के लिए होता है। जब इसका प्रयोग शीर्षक के लिए किया जाता है तब इसका आशय उस शीर्षक से होता है जिसकी प्रत्येक दूसरी पंक्ति, पहली पंक्ति से छोटी होती है। जैसे—

हिन्दुस्तान जिंक के
डीजल टैंकों में
आग से 6 मरे

इसका प्रयोग जब समाचार के लिए होता है तब इसका अर्थ यह है कि समाचार मे सबसे महत्त्वपूर्ण अंश प्रारम्भ मे दिया गया है और महत्त्वपूर्ण अंश

क्रमशः बाद में। पत्रकारिता-जगत् में समाचार-लेखन की यह पद्धति उपयुक्त मानी गई है। हिन्दी में इसे 'विलोम स्तूपो' या 'उल्टी मीनार' कहते हैं।

जिम डैस (Jim dash)—छोटा डैस जो सामान्यतः तीन एम या आधे इंच का होता है।

जाब प्रेस (Job Press)—वे प्रेस जो छोटे-छोटे ढंग की व्यावसायिक छपाई का कार्य करते हैं। इनमें कार्ड, लेटर पैड जैसी चीज छपती है, समाचार पत्र या पुस्तकें नहीं।

जम्प (Jump)—समाचार के एक अंश को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले की क्रिया को जम्प कहते हैं।

जम्प लाइन (Jump line)—शेषांश पंक्ति। जैसे पृष्ठ·······कालम में। या पृष्ठ·······कालम······· का शेष।

जस्टीफाई (Justify)—यह मुद्रण सम्बन्धी शब्द है। उसका अर्थ है शब्द या पंक्तियों को निर्धारित लम्बाई तक लाना। इसके लिए पंक्तियों के बीच में लेड़ और शब्दों के बीच में स्पेस डाले जाते हैं। हिन्दी में इसे समीकरण कहा जाता है।

नाक अप (Knock up)—अल्प सूचना पर किसी समाचार को शीघ्रता और कुशलता से लिख देना।

नाक डाउन (Knock down)—इसके दो अर्थ हैं—(1) उप-सम्पादक द्वारा किसी समाचार का काट-छांटकर छोटा किया जाना (2) संवाददाता द्वारा किसी समाचार के तथ्यों का खंडन करना।

लेबल हेड (Lable head)—नीरस या प्राणहीन शीर्षक को लेबल हेड कहते हैं। हेड हेडिंग का संक्षिप्त रूप है।

ले आउट (Lay out)—पृष्ठ-विन्यास, पृष्ठ का स्वरूप या पृष्ठ की योजना। यह डमी का पर्यायवाची नहीं है, ले आउट के हस्तांकित रूप को ही डमी कहते हैं।

लेट न्यूज (Late News)—जो समाचार छपते-छपते प्राप्त होता है लेकिन समाचार की दृष्टि से महत्वपूर्ण होता है, उसे लेट न्यूज कहते हैं। हिन्दी में इसके लिए 'छपते-छपते' शब्द का प्रयोग होता है।

लीड (Lead)—मुख्य पृष्ठ के सबसे महत्त्वपूर्ण समाचार को लीड कहते हैं। प्रथम कोटि के समाचारों को पत्रकारी भाषा में प्रथम लीड कहा जाता है। 'लीड' शब्द अंग्रेजी के 'लीडर' का लघु रूप है। जैसे 'लीडर' (नेता) नेतृत्व करता है उसी प्रकार लीड समाचार सब समाचारों का मुखिया होता है।

लीड के दो प्रकार होते हैं—प्रथम लीड और द्वितीय लीड। यदि प्रथम लीड समाचार-पत्र के बांयें भाग में दिया गया है तो संतुलन के लिए उस समाचार की तुलना में कुछ कम महत्त्व के समाचार को द्वितीय लीड के रूप में (जो ... तो होता ही है) प्रथम लीड से कुछ हलके टाइप में दायें ओर देते हैं।

अमेरिका में समाचार के महत्त्वपूर्ण प्रारम्भिक भाग, मुखड़ा, को भी लीड कहते हैं।

लेड (Lead)—Lead लीड का उच्चारण जब लेड होता है तो इसका आशय सीसे की बनी पतली पत्ती से होता है जो एक पंक्ति और दूसरी पंक्ति के मध्य स्थान देने को डाली जाती हैं। कम्पोजिंग के समय कम्पोजिटर एक से दूसरी पंक्ति की दूरी बनाये रखने के लिए इसका उपयोग करता है। ज्यादा जगह छोड़ने या मेटर के ऊपर-नीचे लगाने में इसका उपयोग होता है।

लीडर (Leader)—पत्रकारिता शब्दावली मे लीडर सम्पादकीय लेख को कहते हैं। लीडर राइटर को भी कहा जाता है।

एल. सी. (L. C.)—यह लोअर केस अर्थात लघु अक्षर का सक्षिप्त रूप है।

लेग मैन (Leg man)—लेग मैन उस समाचार संकलन कर्ता को कहते हैं जो शहर मे घूमकर समाचार संकलित करता है और उसे टेलिफोन पर सम्पादकीय-विभाग को लिखा देता है।

लिफ्ट (Lift)—इसके दो अर्थ हैं—(1) एक संस्करण से प्रकाशित सामग्री को दूसरे सस्करण मे ले जाना। (2) किसी अन्य समाचार-पत्र या सवाददाता के समाचार की चोरी करके समाचार तैयार करना।

लेटर प्रेस प्रिंटिंग (Letter Press Printing) जब मुद्राक्षर स्याही और कागज सीधे सम्पर्क मे आते है तब उसे लेटर प्रेस प्रिंटिंग (मुद्राक्षर छपाई या अक्षर छपाई) कहते हैं। लेटर प्रिंटिंग प्रणाली के अन्तर्गत तीन प्रकार की मशीनें काम मे आती हैं—(1) प्लेटन (ट्रेडल) (2) सिलेण्डर तथा (3) रोटरी मशीन।

लाइनेज (Lineage)—सवाददाताओ को प्रकाशित समाचार की पंक्ति-संख्या के आधार पर पारिश्रमिक दिया जाता है। इस आधार को लाइनेज कहते हैं।

लाइनो ब्लाक या लाइन कट (Lino block or lino cut)—जिस ब्लाक मे केवल रेखाएँ होती हैं, उसे लाइनो ब्लाक या लाइन कट कहते है।

लाइन हॉफटोन ब्लाक—इसमें कुछ भाग हॉफटोन अर्थात् स्क्रीनिंग लिए हुये और कुछ भाग लाइन का होता है। यह विशेष प्रयोजन से बनाये गये चित्रो के ही बनते हैं जिनमे फोटो चित्र और रेखा चित्र दोनों दिखाने होते हैं।

लाइनो टाइप (Lino type)—लाइनो टाइप मे अलग-अलग अक्षर नही बल्कि पूरी पंक्ति कम्पोज होती है।। पूरी पंक्ति या लाइन कम्पोज होने के कारण ही इस मशीन को 'लाइनो टाइप' मशीन कहते हैं।

लाक अप (Lock up)—चेस में पडा हुआ मेटर जब चाबी से कस दिया जाता है तो उसका कोई भाग गिरने न पाये तब इस कार्य को 'लाक अप' कहते है। यह पृष्ठ निर्माण की अन्तिम क्रिया है।

लाग बुक (Log book)—जिसमे सवाददाताओ (रिपोर्टर) के समाचार-सकलन कार्य मे सम्बन्धित निर्देश अंकित होते हैं, उसे निर्देश पुस्तिका या लाग बुक कहते है। इसे एसाइनमेंट बुक भी कहते हैं।

लोग्रर केस (Lower case)—लघु मुद्राक्षर, जो केस के नीचे वाले खाने मे रखे रहते है।

लडलो (Ludlow)—वह मशीन जो हाथ से सयोजित मुद्राक्षरो की पट्टिया ढालती है। यह मशीन विशेष रूप से बड़े-बड़े शीर्षक और सजावटी विज्ञापनों को ढालने के काम मे आती है। इस मशीन का नामकरण इसके अन्वेषक लडलो के नाम पर पड़ा है।

मेकग्रप (Make up)—(1) पृष्ठ सज्जा या पृष्ठ निर्माण (2) समाचारों, चित्रों आदि को समाचार पत्रों, पत्रिकाओ मे इस प्रकार सजाना कि वह अधिक आकर्षक प्रतीत हो।

मेक रेडी (Make ready)—समाचार-पत्र, पत्रिका के किसी फर्मे को छपाई के लिए तैयार करना।

मास मीडिया (Mass media)—जनता को सूचना देने के माध्यम। जन संचार के माध्यम जैसे समाचार पत्र, फिल्म, रेडियो, दूरदर्शन, समाचार समितियां, प्रदर्शनियां, उत्सव और समारोह। यह शब्द जन सम्पर्क के लिये अमेरिका मे प्रचलित है, जो अब सभी देशों में प्रयुक्त होता है।

मास्ट हेड (Mast head)—पत्र के स्वामित्व, प्रकाशन, सम्पादक आदि का ब्यौरा जो अक्सर पत्र के अंतिम पृष्ठ पर दिया जाता है। भूल से इसे ही फ्लेग या नाम-पट्टिका समझ लिया जाता है। इसे हिन्दी में 'मुद्रण रेखा' कहते है।

मेड (Madtt)—मैट्रिक्स (साचे) का संक्षिप्त रूप।

मैट्रिक्स (Matrix)—धातु या गत्ते का वह सांचा जिससे पृष्ठ आदि का स्टीरियो बनाया जाता है। यह कई आकार का होता है। छोटा पीतल का साचा जिससे लाइनो मशीन पर छोटे मुद्राक्षर बनते है या पूरे पृष्ठ का गत्ते का साचा, जिससे रोटरी मशीन की छपाई प्लेट बनती है।

मेजर (Measure)—किसी पंक्ति का माप जो एमों में लिया जाता है, जैसे बारह एम की पंक्ति, अठारह एम की पंक्ति आदि।

मोनो टाइप (Mono type)—वह मशीन जिसमें अलग-अलग मुद्राक्षर कम्पोज होते है। उल्लेखनीय है कि लाइनो टाइप में पूरी पंक्ति कम्पोज होती है।

मोर (More)—आगे भी। समाचार की पाण्डुलिपि के प्रत्येक पृष्ठ के अन्त में लिखा जाता है जिससे पता चले कि लिखित सामग्री अभी समाप्त नहीं हुई है।

एम. टी. एफ. (M. T. F.)—'मोर टू फालो' (More to follow) का संक्षिप्त रूप। इसका अर्थ है कि अभी आगे मेटर और आयेगा।

मस्ट (Must)—अवश्य। सम्पादक, समाचार सम्पादक द्वारा निर्देश समाचार या लेख की पाण्डुलिपि पर तब लिखा जाता है जब वह उसी दिन पत्र में छपनी होती है।

मार्ग्यू (Morgue)—इसका सामान्य अर्थ उस कक्ष से है जहां शव रखे जाते हैं—अर्थात् मुर्दाघर। पत्रकारिता-शब्दावली में इसका प्रयोग सन्दर्भ-कक्ष या समाचार पुस्तकालय के लिए होता है, जहां प्रमुख घटनाओं, व्यक्तियों से सम्बद्ध सूचनाएं व सामग्री रखी जाती है।

नेम प्लेट (Name Plate)—समाचार-पत्र की नाम पट्टिका जो समाचार-पत्र के मुख-पृष्ठ पर दी जाती है।

न्यूज (News)—अंग्रेजी में समाचारों को न्यूज कहते हैं। इस शब्द के चार अक्षर होते हैं। एन. ई. डब्ल्यू. एस. इन अक्षरों से चारों दिशाओं—उत्तर (नार्थ) पूर्व (ईस्ट), पश्चिमी (वेस्ट) और दक्षिण (साउथ) का बोध होता है। अतः यह कहा जा सकता है कि जो चारों दिशाओं का बोध कराये वह समाचार है।

न्यूज सेंस (News sense)—समाचारत्व की परख। यह संवाददाता का आवश्यक गुण माना जाता।

नोज फोर न्यूज (Nose for news)—समाचार सूंघने की शक्ति अर्थात् समाचार के महत्त्व को शीघ्र से जान लेना।

आबिचुअरी (Obituary)—किसी मृत व्यक्ति की सूचना और साथ में संक्षिप्त जीवन परिचय देना।

आबिट (Obit)—'आबिचुरी' का संक्षिप्त रूप।

ऑफसेट (Offset)—एक प्रकार की मुद्रण प्रणाली। ऑफसेट प्रिन्टिंग को अप्रत्यक्ष विधि कहते है, क्योंकि इस विधि मे छपाई की क्रिया टाइप या प्लेट से सीधे कागज पर नहीं होती। ऑफसेट विधि में प्लेट की छाप एक सिलेण्डर पर पड़ती है, जिसे ब्लैकेट-सिलेण्डर कहते हैं और इस ब्लैंकेट-सिलेण्डर से छाप कागज पर उतरती है। इसलिए ऑफसेट विधि को अप्रत्यक्ष छपाई विधि कहा गया है। सिद्धान्ततः लीथो छपाई का ही आधुनिकतम विकसित रूप ऑफसेट विधि है। चित्रों की छपाई के लिए यह विधि अत्यन्त उपयोगी और काफी प्रभावोत्पादक है।

ओवर लाइन (Over line)—शीर्षक का एक प्रकार। मुख्य शीर्षक के ठीक ऊपर, बीच में या कोने पर दी गई पंक्ति जो या तो उसी शीर्षक का अभिन्न अंग होती है या उसी समाचार का एक दूसरा शीर्षक होती है और स्थान बचाने के लिए छोटे टाइप में दी जाती है। इसके नीचे अक्सर रूल लगाया जाता है। जैसे—

हिंसक उपद्रव जारी

महाराष्ट्र में अब तक 108 मरे, सेना सक्रिय

आफ दी रिकार्ड—(Off the record)—किसी के वक्तव्य का वह भाग जो प्रकाशन के लिए नहीं होता, उसे 'आफ दी रिकार्ड' कहते हैं।

ओवर सेट (Over set)—अंक की पूर्ति से अधिक सामग्री का कम्पोज हो जाना।

ओवर मेटर (Over matter)—अतिशय सामग्री जो किसी अंक की आवश्यकता से अधिक हो।

प्रेस (Press)—साधारणतया प्रेस का अर्थ प्रिन्टिग प्रेस या मुद्रणालय से है, लेकिन पत्रकारिता की भाषा मे प्रेस का अर्थ समाचार-पत्र या अखबार से होता है।

पेज प्रूफ (Page proof)—अन्तिम निरीक्षण के लिए तैयार पूरे पृष्ठ का प्रूफ। इसे देखकर पृष्ठ की बड़ी-बड़ी अशुद्धियों को ठीक करा लिया जाता है। जैसे—किसी समाचार का कोई अंश अन्य समाचार के साथ तो नही जुड़ गया या शीर्षक में कोई बड़ी गलती तो नही रह गई या चित्र के कैप्शन में कोई अन्य पंक्ति तो नही लग गई आदि।

प्रूफ (Proof)—मेटर की कागज पर सामान्य छाप जिससे गलतियाँ ठीक की जाती हैं। प्रूफ तीन प्रकार के होते हैं—(1) गैली प्रूफ, (2) पेज प्रूफ, और (3) फर्मा प्रूफ। गैली प्रूफ मे ठोस मेटर रहता है। पेज प्रूफ में प्रत्येक पृष्ठ फोलियो (पृष्ठ संख्या) के साथ रहता है और फर्मा-प्रूफ में पृष्ठ यथा स्थान इम्पोज कर कसे रहते है।

प्रूफ रीडर (Proof reader)—वह व्यक्ति जो प्रूफ पढ़ता है और उसे संशोधन कर शुद्ध करता है। समाचार-पत्र, पत्र-पत्रिका अथवा अन्य सामग्री की शुद्धता की सारी जिम्मेदारी प्रूफ-रीडर या प्रूफ-संशोधक पर होती है।

पैनल (Panel)—वह संक्षिप्त समाचार जो दोनो ओर हाशिया छोड़कर कम्पोज किया जाता है। यह अक्सर काले टाइप मे होता है और इसके ऊपर-नीचे रूल या बार्डर लगाया जाता है। यह पेटी समाचार बाक्स (Box) की तरह होता है।

पैनल विज्ञापन—ये समाचार-पत्र की नाम-पट्टिका के दोनो तरफ दो छोटे वर्गाकार स्थान में प्रकाशित किये जाते हैं।

पीरियड (Period)—पत्रकारिता शब्दावली में 'पीरियड' पूर्ण विराम (Full stop) को कहते हैं।

पाइका (Pica)—12 प्वाइण्ट का टाइप पाइका कहलाता है।

पिक्स (Pix)—यह पिक्चर्स (Pictures) का संक्षिप्त रूप है।

प्वाइंट (Point)—इसके दो अर्थ होते है—(1) टाइप की ऊँचाई मापने का पैमाना। एक इंच के छठे भाग को 'एम्' कहते हैं। एक एम् को 12 से भाग देने से, जो भागफल आता है, उसे एक प्वाइंट कहते हैं। इस तरह एक प्वाइंट एक इंच का $\frac{1}{2}$ भाग के करीब होता है। इसी प्वाइन्ट के हिसाब से टाइप के फेस की नामकरण हुआ। जैसे 10, 11, 12, 14, 16, 18, 20, 24, 32,

और 72 प्वाइन्ट के टाइप। फेस चाहे जो भी हो, टाइप सब जगह इसी आकार के होंगे।

प्लेट (Plate)—मैट्रिक्स या सांचे से ढाला गया सीसे का पृष्ठ। रोटरी मशीन की छपाई के लिए यह अर्धचन्द्राकार ढाला जाता है और मशीन के गोल घूमने वाले सिलिण्डर पर कसा जाता है।

प्ले अप (Play up)—किसी समाचार को अधिक महत्त्वपूर्ण ढंग से प्रकाशित करना 'प्ले अप' कहलता है।

प्ले डाउन (Play down)—किसी महत्त्वपूर्ण समाचार को नगण्य रूप में छापना। 'प्ले अप' का उलटा।

पी. एम. (P. M.)—सध्याकालीन पत्र को पी. एम. कहते है, जैसे 'इवनिंग न्यूज' (Evening News) आदि।

पी. आर. ओ. (P. R. O.)—Public relation officer (पब्लिक रिलेशन आफिसर) का संक्षिप्त रूप। जन सम्पर्क अधिकारी को 'पब्लिक रिलेशन आफिसर' कहते है। जन सम्पर्क अधिकारी विशेषज्ञो के रूप मे सरकार, व्यापारिक संस्थाओं तथा संस्थाओं से संलग्न होते हैं जिनके उद्देश्यों को वे जनता तक पहुंचाते हैं। इस प्रकार वे संस्था और लोगो के मध्य कड़ी होते हैं।

प्रीडेट (Predate)—वह अक जो घोषित समय से पहले प्रकाशित हो जाता है अर्थात् जिसमे बाद की प्रकाशन-तिथि होती है। उदाहरणार्थ दैनिक समाचार-पत्रो के डाक संस्करण मे अगले दिन की तारीख दी जाती है। 'धर्मयुग', 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान', 'रविवार' आदि साप्ताहिक पत्र तो अंकित तिथि के कई दिन पूर्व ही बाजार में बिकने लगते हैं।

प्रिन्टर्स डेविल (Printers devil)—मुद्रक-दोष, अर्थात् छपाई में अशुद्धि का छूट जाना।

प्रिन्ट लाइन (Print line)—प्रत्येक समाचार-पत्र या पत्रिका में सम्पादक, प्रकाशक और मुद्रक का नाम प्रकाशित किया जाना अनिवार्य है, इस विवरण को मुद्रण रेखा या 'प्रिन्ट लाइन' अथवा प्रेस लाइन भी कहते हैं।

प्रिफर्ड पोजीशन (Preferred Position)—विज्ञापन के लिए मन पसन्द स्थान। जब कोई विज्ञापन दाता किसी मन पसन्द स्थान पर अपने विज्ञापन को प्रकाशित करवाना चाहता है तब उसके लिए अधिक मूल्य देना पड़ता है।

पी. टी. आई. (P T. I)—प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया (Press Trust of India) का संक्षिप्त रूप। हिन्दी में इसका संक्षेप प्रे० ट्र० होता है। प्रेस ट्रस्ट का नाम पहले एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया था। 1949 मे लंदन की रायटर कम्पनी से समझौते के बाद 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया' की स्थापना हुई। यह एशिया की सबसे बड़ी समाचार समिति है। इसकी अपनी टेलीप्रिन्टर लाइनें हैं।

इस समाचार-समिति के बाहर की समाचार-समितियों से समझौते हैं। राइटर और एजेन्सी फ्रांस प्रेस समाचार-समितियां प्रेस ट्रस्ट को प्रतिदिन समाचार भेजती है। विदेशों की कुछ राजधानियों मे प्रेस ट्रस्ट के अपने संवाददाता हैं। भारत में पी. टी. आई. सबसे बडी समाचार-समिति है और केवल अंग्रेजी के माध्यम से समाचार वितरित करती है।

क्वाड (Quad)—यह क्वाडरेट (quadrate) का संक्षिप्त रूप है। यह धातु का एक चौकोर टुकडा होता है जो टाइप के बीच अधिक स्थान देने के काम मे आता है। यह टाइप की ऊँचाई से नीचा होता है, इस पर स्याही नहीं लग पाती है।

क़ोटेशन—(Quotation)—बड़े 'क्वाड' को कोटेशन कहते हैं। यह भीतर खोखला रहता है और एक तरफ खुला रहता है। यह भी खाली स्थान भरने के काम मे आता है। रजिस्टर आदि छापने के लिए खानों के भरने में इसकी खास जरूरत होती है। यह अनेक आकार मे ढाला जाता है।

रिलीज (Release)—इसके दो अर्थ होते है—(1) प्रकाशन अनुमति। किसी समाचार को किसी निश्चित दिन और समय पर छापने का निर्देश। (2) किसी कार्यालय या संस्था द्वारा पत्र-पत्रिका मे प्रकाशनार्थ दी गई लिखित सूचना, विज्ञप्ति, वक्तव्य, आदि।

री-राइट (Re-write)—इसके दो अर्थ होते है—(1) किसी समाचार को परिष्कृत करने के लिए फिर से लिखना। अन्य समाचार-पत्रों या रिपोर्टर के समाचार को देखकर अपने समाचार मे सशोधन करना या उसमें विस्तार करना। (2) दूरभाष के माध्यम से प्राप्त समाचारो को नोट करना और उन्हें ठीक करके पुनः लिखना।

री-राइट-मैन (Re-write-man)—उपर्युक्त कार्य करने वाला व्यक्ति री-राइट-मैन या पुनः लेखक कहलाता है।

रिबन (Ribbon)—समाचार-पत्र के मुखपृष्ठ पर सम्पूर्ण पृष्ठ पर फैले बड़े शीर्षक को बैनर कहते हैं। इसे 'रिबन' या 'स्ट्रीमर' भी कहा जाता है।

री प्लेट (Replate)—किसी महत्त्वपूर्ण ताजे समाचार को सम्मिलित करने, अशुद्धि ठीक करने या किसी अन्य कारण से पृष्ठ की फिर से प्लेट या स्टीरियो बनाने की आवश्यकता पड़ जाती है। इस क्रिया को री-प्लेट करना, पुनर्प्लेटन करना कहते हैं।

रिवर्स-ब्लाक (Reverse block)—रेखा ब्लाक में सामान्यतः रेखाएँ काली और पृष्ठभूमि सफेद होती है। किन्तु जब यह क्रिया उलट दी जाती है अर्थात् जब रेखा ब्लाक में रेखाएँ सफेद और पृष्ठभूमि काली रखी जाती हैं तब उस ब्लाक को 'रिवर्स-ब्लाक' कहते हैं।

रिवाइज (Revise)—पत्रकारिता-शब्दावली में संशोधित प्रूफ को, अर्थात् पहले प्रूफ की अशुद्धियों को ठीक करने के बाद लिये गये दूसरे प्रूफ को रिवाइज कहते हैं।

सेक्शनल स्टोरी (Sectional story)—यह 'रनिंग स्टोरी' का पर्यायवाची है। भागों में प्राप्त या कम्पोजिंग के लिए खण्डों में भेजे गए समाचार को सेक्शनल स्टोरी कहते हैं।

सी-कापी (See copy)—यह प्रूफ-संशोधन का एक शब्द है। इसका अर्थ है मूल प्रतिलिपि देखिए या उससे मिलान कीजिए।

शेड्यूल (Schedule)—समाचारों की तालिका या महत्वपूर्ण समाचारों की सूची।

सेट-एण्ड होल्ड (Set and hold)—कम्पोज करके प्रकाशन-अनुमति तक रोके रखना। यह निर्देश सम्पादकीय विभाग की ओर से मुद्रण विभाग को दिया जाता है।

शार्ट (Short)—संक्षिप्त समाचार।

स्लांट (Slant)—किसी समाचार को किसी विशेष नीति, मत या उद्देश्य के अनुरूप प्रस्तुत करना।

स्काई लाइन (Sky line)—यह शीर्षक सबसे मोटे टाइप में समाचार पत्र के नाम पट्ट के ऊपर दिया जाता है। यह सबसे ऊपर होता है इसलिए इसको 'गगन रेखा' (स्काई लाइन) कहा गया है। इसका प्रयोग बहुत कम और अति विशेष स्थिति में किया जाता है। कुछ समाचार-पत्रों ने श्री जवाहरलाल नेहरू के देहान्त का समाचार देते हुए 'गगन रेखा' शीर्षक का प्रयोग किया था।

स्लग (Slug)—इसके दो अर्थ होते हैं—(1) संकेत शब्द, जो समाचार की पाण्डुलिपि के प्रत्येक पृष्ठ पर दायें हाथ ऊपर लिखा जाता है इसे 'गाइड लाइन' भी कहते हैं। यह समाचार को टुकड़े में देने का संकेत है। ऐसे समाचार देते समय कड़ी संख्या और समाचार का संकेत भी देते हैं। समाचार समितियाँ इसी क्रम से समाचार देती हैं। (2) लाइनो टाइप पर ढाली गई टाइप की एक पूरी पंक्ति।

स्माल कैप्स (Small Caps)—छोटे टाइप।

स्पाट न्यूज (Spot News)—इसके भी दो अर्थ हैं—(1) घटनास्थल से प्राप्त समाचार अर्थात् आँखों देखा समाचार। (2) समाचार-पत्र कार्यालय के बाहर बोर्ड पर प्रदर्शित समाचार जिसके ऊपर अंग्रेजी में स्पाट न्यूज और हिन्दी में ताजा समाचार लिखा रहता है।

स्प्रेड (Spread)—विस्तृत समाचार या बड़ा चित्र।

स्टेंडिंग (Standing)—कम्पोज की गई वह सामग्री जो पुनः प्रयोग के लिए एक संस्करण से दूसरे संस्करण में प्रयुक्त की जा रही है।

स्टीरियो (Stereo)—मैट्रिक्स (सांचे) में ढाली गई प्लेट, जिससे रोटरी मशीन पर छपाई की जाती है।

स्टेट (Stet)—यह प्रूफ संशोधन का एक शब्द है। जिसका अर्थ है काटी गई सामग्री या मैटर को ज्यों का त्यों रहने दें, वह भूल से कट गया था। जो

रूल कटर (Rule cutter)—रूल और लेड़ को उस साइज मे काटना पड़ता है, जिस साइज में कम्पोजिंग हो रही है। इसके लिए एक मशीन आती है इसी से-लेड़ और रूल को काटा जाता है। इसे 'लेड कटर' भी कहते हैं।

रूल केस-(Rule case)—कम्पोजिंग के काम में रूल और लेड़ को बराबर काटना पड़ता है। काटते-काटते इन लेड़ों और रूलों के विभिन्न आकार के टुकड़ों की बहुतायत हो जाती है। इन रूलों और लेड़ों के टुकड़ों को रखने के लिए जो केस प्रयोग मे आता है उसे रूल केस या लेड़ केस कहते है।

रन (Run)—इसके दो अर्थ होते हैं—(1) संवाददाता का कार्यक्षेत्र अर्थात् वह जिन-जिन स्थानों पर जाकर समाचार-संकलन करता है उसे उसका 'रन' कहते है। (2) समाचार-पत्र, पत्रिका के एक सस्करण मुद्रण में जितना समय लगता है, उसे भी रन कहते है। हिन्दी में इसे 'मुद्रण काल' कहते है।

रनिंग स्टोरी (Running story)—इसके दो अर्थ हैं—(1) धारावाही समाचार या विवरण, जो लगातार कई अंकों में प्रकाशित होता है। (2) कम्पोजिंग के लिए कई खण्डों में भेजा गया समाचार विवरण भी रनिंग स्टोरी कहलाता है। पत्रकारिता-शब्दावली में स्टोरी का अर्थ कहानी या कथा नहीं बल्कि समाचार या विवरण होता है।

रन आन (Run on)—यह प्रूफ संशोधन का शब्द है। इसका अर्थ है जारी रखिए अर्थात् पैरा न बनाए या, नीचे की पंक्ति ऊपर की पंक्ति में मिला दें। इसके लिए S संकेत का प्रयोग होता है।

रन ओवर (Run over)—शेष सामग्री को एक पृष्ठ से दूसरे पर ले जाने को रन ओवर कहते हैं।

रश (Rush)—पत्रकारिता में इसका प्रयोग शीघ्रता के निर्देश के रूप में किया जाता है। जब किसी समाचार की पाण्डुलिपि पर 'रश' लिखा रहता है, तब उसका आशय होता है कि इसे शीघ्र या जल्दी छापें।

रश स्टोरी (Rush story)—शीघ्रता में अर्थात् अन्तिम क्षणों में दिया गया समाचार।

रौंग फोण्ट (Wrong font)—यह टाइप जो अन्य टाइप से मेल न खाता हो या उस साइज का नही हो।

रि-पच (Re-punch)—श्रीड समाचार का भेजने वाले केन्द्र से पुनः प्रेषण।

स्कूप (Scoop)—किसी समाचार पत्र का विशेष समाचार जो किसी अन्य समाचार-पत्र में प्रकाशित न हुआ हो। यह पूर्व अनुमानित होता है। यदि घटना घट जाती है तो 'न्यूज' अन्यथा स्कूप 'अटकल' रह जाती है। इसे हिन्दी में एकांतिक समाचार भी कहते हैं।

रोमन टाइप (Roman type)—सीधा खड़ा टाइप जो तिरछे टाइप (Italics) से भिन्न होता है।

रोटरी (Rotary)—रोटरी स्वतः सक्रिय (Auto-matic) मशीन है। इसकी गति भी तीव्र होती है। एक घंटे में पचास हजार प्रतियां छाप देना उसके लिए साधारण बात है। इसमें गोल बेलनों पर प्लेटें चढ़ाकर छपाई की जाती हैं। कागज भी गोल रीलों पर लिपटा होता है। चूंकि कागज की रीलें और बेलन पर लगी प्लेटें दोनों गोल-गोल घूमती है, इसलिए इस यन्त्र को रोटरी कहते हैं।

बहुत बड़ी संख्या में छपने वाली पत्र-पत्रिकाएँ रोटरी पर ही छापी जाती हैं। रोटरी में कई रंगों की छपाई की भी व्यवस्था होती है।

राउटिंग (Routig)—रोटरी मशीन पर छापने के लिए जो प्लेट बनाई जाती है उसमें जगह-जगह फालतू सीसा लगा रह जाता है जिससे छपाई के समय कागज पर धब्बे पड़ने की सम्भावना रहती है। इनको एक मशीन पर गोल-गोल घूमने वाली एक कतरनी से काटकर साफ कर दिया जाता है और जो अंश छपने वाले नहीं होते वे भी गहरे कर दिये जाते हैं जिससे कि धब्बे बिलकुल न पड़ने पाये। इस फालतू सीसे को हटाने का काम राउटिंग कहलाता है। जहां पर मशीन की धार नहीं पहुंच पाती वहां हाथ से ही या नहरनी से काटकर फालतू सीसा हटा देते हैं। सामान्यतः राउटिंग का शाब्दिक अर्थ नष्ट करना, तितर-बितर करना है।

रूल (Rule)—रूल पीतल के बने होते हैं सादे, बिन्दुकित तथा अनेक प्रकार की सज्जा वाले भी होते हैं। चूंकि यह पीतल का बना होता है, इसलिए इसे ब्रास-रूल कहते हैं। लेड मेटल का रूल भी उपलब्ध है। मुद्रण के कार्य में जहां लकीर या डिजाइन दिखाना होता है, वहां इसे काम में लाते हैं। इसकी ऊँचाई टाइप के बराबर होती है। यह तीन तरह की होती है—

1. प्लेन—यह सीधा-सादा होता है। जहां सीधी रेखा छापनी होती है, वहां इसे काम में लाते हैं, जैसा कि प्रायः समाचार-पत्रों के कालमों के बीच में देखने में आता है। इसकी लम्बाई दो फुट होती है। यह $1\frac{1}{2}$ प्वाइंट से लेकर 8 प्वाइंट तक मोटा होता है। अगर खूब मोटी लकीर छापनी होती है, तो इसे उलटकर छापते हैं।

2. फैन्सी या आर्नामेण्टल—यह कई तरह के होते हैं। एक ही रूल में ऊपर की तरफ काटकर दो या तीन पतली लकीरें बनी रहती हैं, अथवा ऊपर का भाग टेढ़ा-मेढ़ा रहता है, जिसे लहरिया या लहरदार रूल कहते हैं। यह नोटिस या लेबिल के चारों तरफ के डिजाइन बनाने के काम में आता है।

3. परफोरेटिंग रूल—इस रूल के ऊपर के हिस्से में नन्हें बिन्दु (डॉट) बने रहते हैं। यह टाइप की ऊँचाई से एक कागज ऊँचा रहता है, जो परफोरेटिंग के बदले में काम में लाया जाता है। यह टिकट, चेक, बिल आदि के काम में आता है।

रूल कटर (Rule cutter)—रूल और लेड़ को उस साइज मे काटना पड़ता है, जिस साइज मे कम्पोजिंग हो रही है। इसके लिए एक मशीन आती है इसी से लेड़ और रूल को काटा जाता है। इसे 'लेड कटर' भी कहते हैं।

रूल केस-(Rule case)—कम्पोजिंग के काम में रूल और लेड़ को बराबर काटना पड़ता है। काटते-काटते इन लेड़ों और रूलों के विभिन्न आकार के टुकड़ों की बहुतायत हो जाती है। इन रूलों और लेड़ों के टुकड़ों को रखने के लिए जो केस प्रयोग में आता है उसे रूल केस या लेड़ केस कहते हैं।

रन (Run)—इसके दो अर्थ होते हैं—(1) संवाददाता का कार्यक्षेत्र अर्थात् वह जिन-जिन स्थानों पर जाकर समाचार-सकलन करता है उसे उसका 'रन' कहते है। (2) समाचार-पत्र, पत्रिका के एक सस्करण मुद्रण में जितना समय लगता है, उसे भी रन कहते है। हिन्दी में इसे 'मुद्रण काल' कहते है।

रनिंग स्टोरी (Running story)—इसके दो अर्थ हैं—(1) धारावाही समाचार या विवरण, जो लगातार कई अंकों में प्रकाशित होता है। (2) कम्पोजिंग के लिए कई खण्डों मे भेजा गया समाचार विवरण भी रनिंग स्टोरी कहलाता है। पत्रकारिता-शब्दावली मे स्टोरी का अर्थ कहानी या कथा नही बल्कि समाचार या विवरण होता है।

रन आन (Run on)—यह प्रूफ संशोधन का शब्द है। इसका अर्थ है जारी रखिए अर्थात् पैरा न बनाए या, नीचे की पंक्ति ऊपर की पंक्ति में मिला दें। इसके लिए S संकेत का प्रयोग होता है।

रन ओवर (Run over)—शेष सामग्री को एक पृष्ठ से दूसरे पर ले जाने को रन ओवर कहते हैं।

रश (Rush)—पत्रकारिता में इसका प्रयोग शीघ्रता के निर्देश के रूप में किया जाता है। जब किसी समाचार की पाण्डुलिपि पर 'रश' लिखा रहता है, तब उसका आशय होता है कि इसे शीघ्र या जल्दी छापें।

रश स्टोरी (Rush story)—शीघ्रता में अर्थात् अन्तिम क्षणों में दिया गया समाचार।

रोंग फोण्ट (Wrong font)—यह टाइप जो अन्य टाइप से मेल न खाता हो या उस साइज का नही हो।

रि-पंच (Re-punch)—श्रीड समाचार का भेजने वाले केन्द्र से पुनः प्रेषण।

स्कूप (Scoop)—किसी समाचार पत्र का विशेष समाचार जो किसी अन्य समाचार-पत्र में प्रकाशित न हुआ हो। यह पूर्व अनुमानित होता है। यदि घटना घट जाती है तो 'न्यूज' अन्यथा स्कूप 'अटकल' रह जाती है। इसे हिन्दी में एकांतिक समाचार भी कहते हैं।

सेक्शनल स्टोरी (Sectional story)—यह 'रनिंग स्टोरी' का पर्यायवाची है। खण्डों में प्राप्त या कम्पोजिंग के लिए खण्डों मे भेजे गए समाचार को सेक्शनल स्टोरी कहते हैं।

सी-कापी (See copy)—यह प्रूफ-संशोधन का एक शब्द है। इसका अर्थ है मूल प्रतिलिपि देखिए या उससे मिलान कीजिए।

शेड्यूल (Schedule)—समाचारों की तालिका या महत्त्वपूर्ण समाचारों की सूची।

सेट-एण्ड होल्ड (Set and hold)—कम्पोज करके प्रकाशन-अनुमति तक रोके रखना। यह निर्देश सम्पादकीय विभाग की ओर से मुद्रण विभाग को दिया जाता है।

शार्ट (Short)—संक्षिप्त समाचार।

स्लांट (Slant)—किसी समाचार को किसी विशेष नीति, मत या उद्देश्य के अनुरूप प्रस्तुत करना।

स्काई लाइन (Sky line)—यह शीर्षक सबसे मोटे टाइप में समाचार पत्र के नाम पट्ट के ऊपर दिया जाता है। यह सबसे ऊपर होता है इसलिए इसको 'गगन रेखा' (स्काई लाइन) कहा गया है। इसका प्रयोग बहुत कम और अति विशेष स्थिति मे किया जाता है। कुछ समाचार-पत्रों ने श्री जवाहरलाल नेहरू के देहान्त का समाचार देते हुए 'गगन रेखा' शीर्षक का प्रयोग किया था।

स्लग (Slug)—इसके दो अर्थ होते हैं—(1) सकेत शब्द, जो समाचार की पाडुलिपि के प्रत्येक पृष्ठ पर दायें हाथ ऊपर लिखा जाता है इसे 'गाइड लाइन' भी कहते हैं। यह समाचार को टुकडे मे देने का सकेत है। ऐसे समाचार देते समय कड़ी संख्या और समाचार का संकेत भी देते हैं। समाचार समितियाँ इसी क्रम से समाचार देती हैं। (2) लाइनो टाइप पर ढाली गई टाइप की एक पूरी पंक्ति।

स्माल कैप्स (Small Caps)—छोटे टाइप।

स्पाट न्यूज (Spot News)—इसके भी दो अर्थ हैं—(1) घटनास्थल से प्राप्त समाचार अर्थात् आँखों देखा समाचार। (2) समाचार-पत्र कार्यालय के बाहर बोर्ड पर प्रदर्शित समाचार जिसके ऊपर अंग्रेजी मे स्पाट न्यूज और हिन्दी मे ताजा समाचार लिखा रहता है।

स्प्रेड (Spread)—विस्तृत समाचार या बडा चित्र।

स्टेंडिंग (Standing)—कम्पोज की गई वह सामग्री जो पुनः प्रयोग के लिए एक सस्करण से दूसरे संस्करण मे प्रयुक्त की जा रही है।

स्टीरियो (Stereo)—मैट्रिक्स (साँचे) में ढाली गई प्लेट, जिससे रोटरी मशीन पर छपाई की जाती है।

स्टेट (Stet)—यह प्रूफ सशोधन का एक शब्द है। जिसका अर्थ है काटी गई सामग्री या मैटर को ज्यों का त्यों रहने दे, वह भूल से कट गया था। जो

शब्द या वाक्य भूल से कट जाते हैं उनके नीचे टूटी लाइन (बिन्दु-रेखा) लगा दी जाती है और हाशिए में 'स्टैट' लिख दिया जाता है जैसे—

स्टैट । पंजाब में चार मरे

....

स्टिक (Stick)—यह पीतल या स्टील की वह छोटी-सी चीज है, जिसे हाथ में लेकर कम्पोजिटर कम्पोज करता है और टाइपों को इसमें रखता है। अर्थात् कम्पोजिंग का प्रारम्भ स्टिक पर ही होता है। कम्पोजिटर साधारणतः छह इंच के स्टिक का उपयोग करते हैं। स्टिक में स्क्रू लगा लगा रहता है, जिसे इच्छित आकार में कस कर काम लिया जाता है।

स्टोन (Stone)—वह मेज जिस पर फर्मा या चेस को रखकर पृष्ट बनाया जाता है। पहले इस मेज का ऊपरी भाग पत्थर का हुआ करता था इसलिए इसे स्टोन कहते हैं। अब इस मेज का सिरा अधिकांश लोहे का होता है, फिर भी अभी पुराने शब्द को ही काम में लाते हैं। इसे फर्मा-मेज भी कहते हैं।

स्ट्रेट न्यूज (Straight News)—सीधा समाचार। वह समाचार जिसमें किसी प्रकार की अतिरंजित या चटकीली सामग्री न जोड़ी गई हो।

स्टोरी (Story)—पत्रकारिता शब्दावली में 'स्टोरी' का आशय कथा या कहानी से नहीं बल्कि समाचार या विवरण से होता है।

स्ट्रिंगर (Stringer)—वह संवाददाता जिसे समाचार-पत्र में प्रकाशित कालम के हिसाब से पारिश्रमिक दिया जाता है। इसे कोई निश्चित वेतन नहीं मिलता।

सब (Sub)—सब एडिटर अर्थात् उप-सम्पादक का संक्षिप्त रूप। क्रिया के रूप में इसका अर्थ है 'सब' करना अर्थात् सब एडिटर (उप सम्पादक) की हैसियत से सम्पादन करना।

सब-हेडिंग (Sub-heading)—समाचार के मध्य में दिया जाने वाला संक्षिप्त शीर्षक। इसे उप-शीर्षक भी कहते हैं।

सिंडीकेट (Syndicate)—वह संस्था जो विभिन्न विषयों पर लेख, फीचर आदि लेखकों से सपारिश्रमिक लिखवाकर पत्र-पत्रिकाओं को प्रकाशनार्थ बेचती है।

टेब्लायड (Tabloid)—छोटे आकार का समाचार-पत्र जो पाँच कालम का होता है। यह 11 इंच चौड़ा और 16 से 18 इंच लम्बा होता है। लम्बाई और चौड़ाई में यह समाचार-पत्र का आधा होता है। बम्बई से प्रकाशित 'ब्लिट्ज' पत्र तथा जयपुर से प्रकाशित 'इतवारी पत्रिका' टेब्लायड आकार के पत्र हैं।

टेक (Take)—समाचार की पाण्डुलिपि के एक पृष्ठ या पृष्ठ के भाग को टेक कहते हैं। जब समाचार को जल्दी कम्पोज करना होता है तब पाण्डुलिपि के एक

पृष्ठ को दो या तीन भागों में फाडकर अलग-अलग कम्पोजिटर या आपरेटर को दे दिया जाता है।

टीयर शीट (Tear sheet)—वह पृष्ठ जो समाचार-पत्र से फाड़कर विज्ञापन-दाता के पास भेजा जाता है, यह बताने के लिए आपका विज्ञापन इस पृष्ठ पर प्रकाशित हुआ है।

टेली फोटो (Tele photo)—तार से भेजा गया फोटो।

थर्टी (Thirty)—तीस का संकेत अर्थात् तीन एक्स (X X X) जो समाचार-पत्र की पाण्डुलिपि के समाप्त होने पर अंत में लिखा जाता है।

टिप (Tip)—वह अग्रिम सूचना या संकेत जिसके आधार पर एक सम्पूर्ण समाचार बनाया जाता है।

टोम्ब स्टोन (Tomb stone) जब एक ही आकार के टाइप के दो या अधिक शीर्षक अगल बगल छप जाते हैं, तब उसे 'टोम्ब स्टोन' कहते हैं।

यू. एन. आई. (U. N. I.)—यह 'यूनाइटेड न्यूज आफ इण्डिया' का संक्षिप्त रूप है। यह भारत की एक प्रमुख समाचार समिति है जो समाचार-पत्रों को अंग्रेजी में समाचार प्रदान करती है। इसकी स्थापना सन् 1960 में हुई थी। इस समाचार समिति ने विदेशी समाचारों के लिए एसोसिएटेड प्रेस आफ अमेरिका, पश्चिमी जर्मनी की डायट्श प्रेस ऐजेन्सी और यूगोस्लाविया की तानयुग से समझौता कर रखा है। इसका संक्षेप में नाम 'यूना' अथवा 'यून्यू' प्रयुक्त होता है।

यू. एन. आई. ने हाल ही में हिन्दी में समाचार देना भी प्रारम्भ कर दिया है। वह हिन्दी में 'यूनीवार्ता' (यूवा) के नाम से समाचार वितरण कर रही है।

यलो जर्नलिज्म (Yellow Journalism)—पीत-पत्रकारिता। सामान्य रूप से यह शब्द उस पत्रकारिता के लिए प्रयोग में आता है जिसमें विशेष रूप से सनसनी खेज समाचारों तथा उत्तेजनात्मक समाचारों को प्रमुखता दी जाती है।

पीत पत्रकारिता का प्रारम्भ सन् 1883 में हुआ जब जोसेफ पुलित्जर ने 'न्यूयार्क वर्ल्ड' को खरीद लिया और कुछ ही दिनों बाद उसका 'न्यूयार्क वर्ल्ड' के स्वामी हर्स्ट के साथ वाद-विवाद हो गया। उक्त विवाद के कारण अमेरिका में सनसनी खेज तथा उत्तेजनात्मक पत्रकारिता का प्रारम्भ हुआ। इसे पत्रकारिता के इतिहास में 'पीत पत्रकारिता' कहकर सम्बोधित किया जाता है। उन दिनों पुलित्जर और हर्स्ट अपने-अपने समाचार-पत्रों में व्यंग्य-चित्र पट्टी पीली स्याही में छापा करते थे। कदाचित् इस स्याही को ध्यान में रखकर ही सनसनी खेज पत्रकारिता का नाम Yellow Journalism अथवा पीली-पत्रकारिता पड़ा।

जीरो आवर (Zero hour)—शून्यकाल। समाचार-पत्र का मुद्रण आरम्भ होने से पूर्व का वह क्षण, जिसके बाद कोई समाचार समाविष्ट नहीं किया जा सकता।

ह्वाइट स्पेस (White space)—समाचार-पत्र का अमुद्रित भाग। अर्थात् वह रिक्त स्थान या श्वेत भाग जो पाठकों का ध्यान आकर्षित करने के उद्देश्य से विज्ञापनों या शीर्षकों में छोड़ दिया जाता है। सामान्य रूप से समाचार-पत्र के रिक्त स्थान को ही ह्वाइट स्पेस या श्वेत स्थान कहते हैं।

सरकस मेकअप (Circus makeup)—पृष्ठ सज्जा के सभी प्रतिष्ठित सिद्धांतों के विपरीत मोटे, बारीक, आड़े-सीधे टाइपो, लाइनों, चित्रों और छोटे-बड़े शीर्षकों के प्रयोग से अनोखे नमूने का कला पूर्ण पृष्ठ।

टाप हेड लाइन (Top heading)—इस शीर्षक में तीन पंक्तियाँ होती है। पहली और तीसरी सारे कालम की चौड़ाई मे लिखी जाती है और दूसरी पंक्ति दोनों छोरो की ओर से समान रूप से कुछ छोटी होती है। जैसे—

कांग्रेस (इ) का
थानागाजी सीट
पर पुनः कब्जा

शीर्षक का स्वरूप नारी की कमर अथवा डमरू के सदृश्य होता है, अतः उसको 'कटि' की सज्ञा दी गई है। यह शीर्षक चाहे एक कालमा हो अथवा उससे अधिक चौड़ा, एक ही टाइप में तीन पंक्तियों का बनता है।

ब्लो-अप (Blow up)—किसी चित्र या मुद्रित सामग्री को बढाना।

बियर्ड (Beard)—टाइप के उस भाग को जिसके ऊपर अक्षर बना होता है, बियर्ड कहते है। इस बियर्ड के ऊपर जो अक्षर उभरा हुआ दिखाई देता है उसे 'फेस' या 'मुख' कहते हैं।

केबलिस (Cables)—संकेत-भाषा, प्रेस तार मे प्रयुक्त शब्दों का संक्षिप्त रूप। विदेशों से आने वाले तार केबलिस कहलाते है। तार में शब्दो और वाक्यांशों को संक्षेप में दिया जाता है।

केबल (Cable)—सामुद्रिक तार को केबल कहा जाता है। पहले विदेशों से सम्पर्क हेतु समुद्र में टेलीग्राफ की तार लाइनें प्रयुक्त होती थी।

सब एडीटर (Sub editor)—सब एडीटर (उप-सम्पादक) समाचार-पत्र का अज्ञात योद्धा होता है। उप सम्पादको का सामान्य काम है—प्राप्त सूचनाओं और समाचारों में काट-छांट करना, उनकी भाषा सम्बन्धी गलतियों को दूर करना, उनके महत्व की दृष्टि से उन पर उचित शीर्षक लगाना और उन्हें समाचार-पत्रों मे छपने योग्य बनाकर प्रेस में भेजना।

उप सम्पादको का मुख्य काम होता है—विभिन्न संवाद समितियो से टेलिप्रिन्टर पर अनवरत रूप से आने वाले समाचारों का सम्पादन, उनमें महत्वपूर्ण अंश का चयन और प्राप्त समाचारों के अगले या पिछले अंशों का संगतीकरण।

चीफ सब एडीटर (Chief sub-editor)—उप सम्पादकों में प्रमुख, मुख्य

उप-सम्पादक (चीफ सब एडीटर) होता है। प्रत्येक पाली का नेतृत्व मुख्य-उपसम्पादक करता है। इसका काम होता है—प्राप्त तारों और संवादों का वर्गीकरण करके उन्हें उप-सम्पादकों में वितरित करना, उप-सम्पादकों की लिखी हुई कापी की जांच करना, उपयुक्त शीर्षक लगाना, समाचार-पत्र की लीड और प्रमुख समाचारों का क्रम निर्धारित करना, किस समाचार को प्रथम पृष्ठ पर देना है और किसको अन्य पृष्ठों पर इसका निर्णय करना।

इसके अतिरिक्त मुख्य समाचार अखबार में जाने से न रह जाएँ—इसका ध्यान मुख्य उप-सम्पादक रखता है। समाचार-पत्र छपने के लिए मशीन पर जाने से पहले तक वह ताजा से ताजा समाचार लेने का प्रयत्न करता है। प्रत्येक पत्र का प्रस्तुतीकरण (डिस्पले) और पृष्ठ निर्माण (पेज का मेकअप) वही करता है।

स्पेशल कोरसपोन्डेन्ट (Special correspondent)—विशेष संवाददाता (स्पेशल कोरसपोन्डेन्ट) की स्थिति समाचार-पत्र के सामान्य संवाददाताओं से विशेष होती है। वह एक विशेष क्षेत्र में कार्य करता है और रोजमर्रा के कार्य से स्वतन्त्र होता है। वे लोकसभा और राज्य सभा की कार्यवाही के समाचार संकलन के लिए सरकार से मान्यता प्राप्त होते हैं। राजकीय सूचना विभाग में अपने समाचार-पत्र के प्रतिनिधि के रूप में इनका नाम अंकित होता है और पत्र-सम्मेलनों (प्रेस कान्फ्रेंसों) में वे अपने पत्र का प्रतिनिधित्व करते हैं। राज्यों में भी विशेष संवाददाता सामान्य रूप से राजनीतिक, राजकीय, विधान परिषद्, विधानसभा आदि के समाचार एकत्रित करते हैं।

प्रधान मंत्री, राष्ट्रपति या अन्य महत्वपूर्ण व्यक्तियों के साथ जाने वाले पत्रकार दल में इन्हें अपने पत्र के प्रतिनिधि के रूप में जाने का अवसर मिलता है। विशेष संवाददाताओं का सरकार के विभिन्न मंत्रालयों से भी सम्पर्क रहता है और वे उन मंत्रालयों की गति-विधियों के समाचार अपने पत्र में देते रहते हैं। राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय राजनीतिक घटनाचक्र की समीक्षा भी प्रायः विशेष संवाददाता करते हैं।

न्यूज एडीटर (News editor)—समाचारों के सम्बन्ध में सबसे अधिक उत्तरदायित्व समाचार सम्पादक का होता है। समाचार सम्पदक जहाँ सम्पादकीय विभाग में सहयोगियों में ताल मेल रखने का काम करता है, वहाँ अलग-अलग पालियों में उनकी ड्यूटियाँ लगाता है, वह सुदूर प्रदेशों तक फैले अपने पत्र के संवाददाताओं को भी पत्र-व्यवहार द्वारा आवश्यक निर्देश और परामर्श देता है।

असिस्टेन्ट एडीटर (Asst. editor)—असिस्टेन्ट एडीटर का सीधा सम्बन्ध समाचार (न्यूज) से न होकर विचार (व्यूज) के साथ होता है। अग्रलेख और सम्पादकीय टिप्पणियाँ लिखना, फीचर लिखना, राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय घटनाओं की समीक्षा करना, साहित्यिक, सांस्कृतिक और सामाजिक गतिविधियों का लेखा-

जोखा प्रस्तुत करना आदि सहायक सम्पादक का काम होता है। सम्पादक की अनुपस्थिति में सहायक सम्पादक उसका प्रतिनिधित्व करता है।

जाइन्ट एडीटर (Joint edtior)—सम्पादक के रोजमर्रा कार्यों में सहयोग देने के लिए जाइन्ट एडीटर होता है। सम्पादक की अनुपस्थिति में यह कार्य करता है। इसे हिन्दी में संयुक्त सम्पादक कहते हैं।

एडीटर (Editor)—एडीटर समाचार-पत्र में प्रकाशित होने वाली प्रत्येक चीज के लिए उत्तरदायी होता है। सम्पादक प्रतिदिन अपने सहायक-सम्पादकों की बैठक बुलाकर उनसे नवीनतम घटनाक्रम पर विचार-विमर्श करता है। किस-किस विषय पर सम्पादकीय टिप्पणियाँ लिखनी हैं, यह तय करता है। सहायक-सम्पादकों की विशेष रुचि और विशेष अध्ययन क्षेत्र के अनुसार उन्हें अग्रलेख आदि लिखने का काम सौंपता है।

इसी प्रकार सम्पादक, सहायक सम्पादक को भी प्रतिदिन बुलाकर उनसे समाचारों के सम्बन्ध मे और घटनाचक्र की भावी दिशा के सम्बन्ध में विचार-विनिमय करता है, अन्य समाचार पत्रो से अपने पत्र की तुलना करता है, कोई आवश्यक समाचार छूट गया हो, या अन्य कोई त्रुटि रह गई हो—उसकी ओर ध्यान खींचता है।

हि. स. (हिन्दुस्तान समाचार)—दिसम्बर, 1948 मे 'हिन्दुस्तान समाचार' की स्थापना बम्बई में हुई थी। 1957 मे इसकी व्यवस्था सहकारी संस्था के रूप में बदल गई। यह समाचार समिति हिन्दी के अतिरिक्त 9 भारतीय भाषाओं—गुजराती, पंजाबी, बंगला, उर्दू, मराठी, तेलगू, उड़िया, असमी व मलयालम में समाचार देती है।

'हिन्दुस्तान समाचार' समाचारों के संकलन एवं वितरण के लिए टैलिप्रिन्टर, तार, टैलीफोन, साधारण डाक व संदेश वाहकों का उपयोग करता है। नागरी टेलीप्रिन्टरों का प्रयोग करने वाली यह प्रथम समाचार समिति है। इसका संक्षिप्त नाम 'हि. स.' है।

भारती (समाचार भारती)—अक्टूबर, 1966 में समाचर भारती का उद्घाटन एक पब्लिक लिमिटेड कम्पनी के रूप में हुआ। पत्रकार श्री धर्मवीर गांधी ने लगातार दस वर्षों के प्रयास के पश्चात् लाला फिरोजचन्द के सहयोग से इस समाचार समिति की स्थापना करने में सफलता प्राप्त की।

'समाचार भारती' समाचारों के संकलन एवं वितरण के लिए टेलीप्रिन्टर, तार, टेलीफोन, व साधारण डाक का उपयोग करती है। हिन्दी के अतिरिक्त यह मराठी में समाचार सेवा भी देती है।

इन्फा—भारतीय समाचार पत्रों को देश की प्रमुख गतिविधियों एवं राजनीति पर प्रसंग लेख सेवा उपलब्ध कराने के उद्देश्य से 'इण्डिया' न्यूज एण्ड फीचर

ऐजेन्सी' की स्थापना 1959 में हुई। 'इन्फा' प्रसग लेख सेवा सबसे सशक्त है। यह पार्टी कोरम, राजनीतिक डायरी, आर्थिक घटनाएँ, राउण्ड दी स्टेट्स, संसद का सप्ताह आदि प्रमुख सेवाएँ हिन्दी तथा अंग्रेजी में देता है।

रायटर—'आवास' मे प्रशिक्षित जर्मन युवक जुलियस ने 1849 में कबूतरों द्वारा ब्रुसेल्स से स्टाक एक्सचेंज के भाव भेजने प्रारम्भ किये थे। 1851 में लदन-पेरिस के बीच 'केबल' सेवा प्रारम्भ हो जाने पर उसने लदन से व्यावसायिक समाचार सेवा प्रारम्भ की।

'रायटर' समाचार सचार के लिए जहां भी कार सेवा हो तो उसका उपयोग करता, अन्यथा कबूतरो तथा विशेष दूतो द्वारा समाचार-प्रेषण की व्यवस्था करता था। 1899 में रायटर की मृत्यु हो गई किन्तु, 1925 तक 'रायटर' प्राइवेट कम्पनी के रूप में चली। बाद में समाचार पत्र इसके शेयर होल्डर बन गए। 1941 मे 'ब्रिटिश प्रेस ऐसोसियेसन' ने इसे अपने पूर्ण नियन्त्रण मे ले लिया। बाद मे आधे शेयर 'न्यूज पेपर प्रोप्राइटर्स ऐसोसिएशन' को बेच दिये गये। इस प्रकार से यह ब्रिटिश प्रेस की सामूहिक सम्पत्ति के रूप में एक ट्रस्ट बन गया।

1947 से आस्ट्रेलियन 'एसोसिएटेड प्रेस' व 'न्यूजीलेन्ड प्रेस एसोसियेसन' भी रायटर के सदस्य बन गए। 1949 में 'प्रेस ट्रस्ट आफ इण्डिया' भी इस समूह मे शामिल हो गया।

तास (तेलिग्राफोनो एजन्त्वो सोवियत स्कवो सयूजा)—यह सोवियत संघ की केन्द्रीय सेवा सूचना है तथा मंत्री-परिषद् के प्रति उत्तरदायी है। इसकी स्थापना क्रांति के बाद 1918 में 'रोस्ता' के नाम से हुई थी। क्रांति से पूर्व रूस में 'पीटर्सबर्ग 'टेलिग्राफन एजेण्टूर' कार्य कर रही थी। 'रोस्ता' का उद्देश्य सरकारी घोषणाएँ और संवाद भेजने के साथ-साथ बोलशेविक नियंत्रित देशों में प्रचार सामग्री भेजना था।

10 जुलाई 1925 को 'रोस्ता' का स्थान 'तास' ने ले लिया। सोवियत सघ के प्रत्येक गणतन्त्र में स्थानीय समाचार समितियाँ गठित की गई जो कि तास की सहायक समितियाँ है। इन एजेन्सियों को देश के व विदेश के समाचार 'तास' के माध्यम से ही प्राप्त होते हैं।

'तास' एक बहु भाषाई समाचार संस्था है। विदेशी ग्राहकों को इसकी सेवायें रूसी, अंग्रेजी, फ्रेंच, जर्मन, स्पेनिश, अरेबिक आदि भाषाओं में पहुँचाई जाती है। यह अपनी सेवाएँ तार, रेडियो, रेडियो-टेलि-टाइप पर देती है। 'तास' के समाचार विदेशों में सोवियत दूतावासों द्वारा भी वितरित होते हैं।

यू. पी. आई. (United Press International)—यह विश्व की सबसे बड़ी स्वतन्त्र समाचार समिति है। अमेरिका में 1907 में 'इंटर नेशनल न्यूज सर्विस' का गठन हुआ था। 1958 को इन दोनों एजेन्सियों का विलय होकर यू. पी. आई. का गठन हुआ।

यू. पी. आई. ने अपने कार्य द्वारा यह सिद्ध कर दिया कि कोई भी समाचार समिति स्वतन्त्र रूप से विश्व समाचारों को संकलित कर सकती है और विश्व के समाचार-पत्रों को अपनी सेवा दे सकती है।

स्टाप प्रेस (Stop Press)—समाचार पत्र का जो भाग जान बूझकर खाली रखा जाता है, उसे 'स्टाप प्रेस' कहते है। यह इसलिए रखा जाता है कि पत्र के छपते-छपते यदि आवश्यक सामग्री या महत्त्वपूर्ण समाचार आ जाये, तो उसके लिये पत्र का मेटर निकालना न पड़ें और महत्वपूर्ण समाचार उस खाली स्थान में भर जाये। 'स्टाप प्रेस' को इंगलैण्ड में मेनचेष्टर के मि. मार्क स्मिथ ने जन्म दिया था।

इसके समाचार पत्रों के मुद्रण में वडी सुविधा होती है। ज्यों ही कोई नया समाचार आया, कम्पोज करके रिक्त स्थान पर रख दिया और छापना शुरू हो गया। नही तो समाचार आने से पूर्व उसके लिए स्थान खाली करना पड़ता है, फिर उस स्थान पर समाचार जाता है।

जब कभी 'स्टाप प्रेस' में समाचार नही आते हैं, वह खाली जाता है। हिन्दी में 'स्टाप प्रेस' को 'छपते-छपते' कहा जाता है।

अखबार—फारसी के 'खबर' का बहुवचन अखबार है। अखबार में खबरें ही खबरें होती हैं, इसलिए ऐसे पत्र को, जिसमें खबरों का वर्णन हो, अखबार कहते हैं।

मुगलकाल मे 'फरमान', 'दस्तक', 'परवाना', 'महजार', 'एकाउन्ट पेपर' तथा 'बिश्रीनामा' पत्र के विभिन्न रूप प्रचलित थे। बंगला में अखबार को 'संवाद पत्र' और वार्तावह' कहा जाता है। मराठी में 'वृत्त' या 'वृत्त पत्र' कहने की प्रथा है।

अग्रलेख—अग्रलेख सम्पादकीय लेख का पर्यायवाची शब्द है। पत्रकार कला सम्बन्धी पुस्तकों के अनुसार सम्पादकीय पृष्ठ के मुख्य लेख को 'अग्रलेख' कहते हैं। किन्तु इसकी और भी परिभाषाएँ हैं। एक लेखक का कहना है कि प्रथम सम्पादकीय लेख को ही अग्रलेख मानना चाहिये। दूसरे व तीसरे लेख को सम्पादकीय टिप्पणियां।

कुछ पत्रकार 'अग्रलेख' को उस लेख के द्योतक मानते हैं जो पाठकों को रास्ता बताने (लीड करने) का, उनके नेतृत्व का कार्य करें।

पं अम्बिका प्रसाद वाजपेयी के अनुसार—"समाचार पत्र में अग्रलेख अथवा पहला सम्पादकीय लेख उस विषय पर होना चाहिए जो सबसे महत्त्वपूर्ण हो। अग्रलेख के अतिरिक्त अपेक्षाकृत कम महत्त्व के विषयों पर एक या दो सम्पादकीय लेख और लिखने का रिवाज अखबारों मे है।"

अग्रलेख लेखक—अग्रलेख लिखने वाला पत्रकार। अग्रलेख सम्पादक और सहायक सम्पादक ही लिखते हैं। अग्रलेख बाहर के व्यक्तियों से नहीं लिखाये जाते हैं। इसे सम्पादकीय विभाग के सदस्य ही लिखते हैं।

अपराध समाचार—कानून में उल्लिखित अपराध ही समाचार के लिए भी अपराध होते है। हत्या, चोरी, डकैती, बलात्कार, वेश्यावृत्ति, झगड़ों के समाचार, दंगे, अपहरण, लूटपाट-आगजनी आदि अपराध समाचार के अन्तर्गत आते है।

अप्रत्याशित समाचार—समाचार को मुख्य रूप से दो भागों में विभक्त किया जाता है—(1) प्रत्याशित समाचार और (2) अप्रत्याशित समाचार। मोटे तौर पर जो समाचार पूर्ण निश्चित अथवा निर्धारित होते है वे सभी प्रत्याशित समाचारों की श्रेणी मे आते है। इसके विपरित अप्रत्याशित समाचारों के बारे मे पहले से कोई जानकारी नही होती। दुर्घटना, आगजनी, हत्या, मौत, डकैती, चोरी, अपहरण, बलात्कार, बाढ़, भूकम्प और तूफान आदि इसी श्रेणी के समाचारो में आते हैं।

अंक—नाटक का एक खंड, रूपक का एक प्रकार, छाप, एक बार की छाप, प्रति, दफा, बार, चिन्ह, लिखावट।

अंक योजना—किसी पत्र-पत्रिका के प्रकाशन से पूर्व उसकी अंक योजना या रूप रेखा तैयार कर लेते हैं। इसे 'डमी' भी कहते है। इसमें यह तय कर लिया जाता है—अंक की सामग्री क्या होगी, पृष्ठ संख्या, ब्लाक, रेखाचित्र आदि। यदि सामग्री उपलब्ध है तो उसे कैसे तैयार कराया जाये।

आर्टिकल—निबन्ध के आकार-प्रकार की लघु गद्य रचना को साहित्यिक भाषा मे आर्टिकल कहा जाता है। पत्र-पत्रिकाओं मे प्रकाशित किसी निबन्ध को सामान्यतः आर्टिकल कहा जाता है।

आलेख—लेख, लिखाई, पत्र, तहरीर।

आवरण—पत्रिका का मुख पृष्ठ, किसी पत्रिका व पुस्तक की साज-सज्जा के लिए चढ़ाया गया पत्र।

आवरण कथा—'आवरण कथा' विशेषतः साप्ताहिक, पाक्षिक पत्रों से सबद्ध होती है। पत्रिका के मुख पृष्ठ पर किसी विशेष सामग्री के सम्बन्ध मे दिये गये शीर्षक चित्र जिनकी अन्दर के पृष्ठों मे विस्तार से जानकारी दी गई हो आवरण कथा (आमुख-कथा) कहलाती है। इसे अंग्रेजी में 'कवर स्टोरी' कहा जाता है।

आवरण-कथा मे विषय, समाचार, घटना, समस्या अथवा किसी विषय का कोई बन्धन नही है। न ही क्रम की कोई अनिवार्यता है। कभी भी किसी विषय की सामग्री उपलब्ध हो जाने पर आवरण कथा का प्रकाशन किया जा सकता है। विषय की सामयिकता पर ध्यान रखा जाये तो पाठकों के लिए रुचिकर होगा।

आवरण पृष्ठ—पत्र-पत्रिका का मुख पृष्ठ। इसे अंग्रेजी में 'कवर पेज' कहते हैं।

इत्तिला—फारसी भाषा में सूचना को कहते हैं।

इशाअत—फारसी भाषा मे प्रकाशन को कहते हैं।

इश्तिहार—मशहूर करना, एलान करना। फारसी भाषा में सूचना के लिए इस शब्द का प्रयोग किया जाता है।

उदंत मार्तण्ड—30 मई, 1826 को पं. युगल किशोर शुक्ल द्वारा सम्पादित कलकत्ता से प्रकाशित होने वाला हिन्दी का पहला समाचार-पत्र। यह साप्ताहिक पत्र था। हिन्दी के आदि सम्पादक के रूप में पं. युगल किशोर शुक्ल का नाम लिया जा सकता है।

कटिंग बुक—कतरनों का संग्रह। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं से जो महत्त्वपूर्ण प्रसंगों से सबद्ध लेख, समाचार, टिप्पणियाँ, चित्र आदि काटकर वर्ण-क्रमानुसार सग्रह किया जाता है, उसे कतरन-सग्रह कहते है। कतरन-संग्रह सदर्भ विभाग का महत्त्वपूर्ण कार्य है।

कतरन सेवा (क्लिपिंग)—सम्पादकीय, लेख, टिप्पणियां और समाचार को सम्पूर्ण करने मे अवसर सदर्भित कतरनो की आवश्यकता पड़ती है। विविध विषयों की इन कतरनों को वर्ण क्रमानुसार अलग-अलग रखा जाता है और इनकी संदर्भ सूचियाँ इस प्रकार बनाई जाती हैं कि आवश्यकता पड़ने पर यह शीघ्र ज्ञात हो जाए कि विभिन्न विषयों की फाइलें कहां रखी है। इन्हें कटिंग-बुक या कटिंग फाइल कहते है।

कम्पोजिंग—मुद्रा योजन। केस के खाने में से एक-एक अक्षर को लेकर ठीक जगह पर स्टिक में रखने के काम को 'कम्पोज करना' कहते हैं। कम्पोजिंग दो प्रकार से किया जाता है—1. मशीन से, 2. हाथ से। मशीन में लाइनों टाइप कम्पोजिंग और मोनो टाइप कम्पोजिंग मशीन मुख्य है।

जो व्यक्ति प्रेस मे कम्पोजिंग का कार्य करते है, उन्हें कम्पोजिटर (मुद्रा योजक) कहते हैं। अच्छा कम्पोजिटर होने के लिए कई गुणों की आवश्यकता होती है। उनमें प्रधान गुण है—अभ्यास, धैर्य, बहुदर्शिता, आंखों की तीक्ष्णता, बुद्धिमता और हाथों की सफाई।

कम्पोजिंग कक्ष—पत्र-पत्रिकाओं के लिए जहाँ प्रेस-कापी के अनुसार विभिन्न प्रकार के टाइपों द्वारा मैटर कम्पोज किया जाता है, उसे कम्पोजिंग-कक्ष कहते हैं।

कान्ट्रेक्ट विज्ञापन—वह विज्ञापन जो एक लम्बी अवधि के लिए निश्चित तिथियों पर प्रायः रियायती दरों पर प्रकाशित किये जाते है।

कापी राइट—भारतीय कापी राइट कानून में साहित्य, संगीत, नाटक, चित्र, चलचित्र, ग्रामोफोन रेकार्ड आदि में निहित लेखक अथवा सृजक के कृतित्व एवं उसके स्वामित्व की रक्षा का प्रावधान किया गया है। समाचार-पत्रों मे कार्य करने वाले पत्रकारो से अपेक्षा की जाती है कि वे कापी राइट कानून का उल्लंघन न करें। कापी राइट में उद्धरण-अंश देने की, आलोचना-समालोचना करने की स्वतन्त्रता है लेकिन पूरे के पूरे पृष्ठों अथवा सामग्री का किसी भी प्रकार से पुनः प्रव र्जित है।

कापी राइट कानून के अनुसार किसी भी रचना अथवा उसके अंश को प्रकाशित करने अथवा अनुवाद प्रकाशित करने के लिए लेखक और प्रकाशक की अनुमति आवश्यक है।

कार्टून—व्यंग्य चित्र। 'कार्टून' शब्द का शाब्दिक अर्थ चित्र का कच्चा खाका या 'रफ डिजाइन' बनाना है। सन् 1843 में इंग्लैण्ड की पार्लियामेंट के भवनों की भित्तियों पर अंकित करने के लिए चित्रों के कच्चे खाकों की एक प्रदर्शनी आयोजित की गई थी। इंग्लैण्ड के प्रसिद्ध व्यंग्य-चित्रकार (कार्टूनिस्ट) लीच को यह कार्य सौंपा गया था। ये चित्र इंगलैण्ड के सुप्रसिद्ध हास्य-पत्र 'पंच' में प्रकाशित हुए थे। उस समय से कार्टून शब्द का महत्त्व लोगों ने समझा तथा इसका व्यापक प्रयोग होने लगा।

कार्टून समाचारों, व्यक्तियों, घटनाओं व समस्याओं की रेखाओं द्वारा बनाई गई व्यंग्यात्मक आकृतियां हैं। इनसे जहां एक ओर पाठक का मनोरंजन होता है वहां दूसरी ओर बड़ी से बड़ी समस्या या घटना को हलके-फुलके ढंग से लेने में मदद मिलती है।

केली ग्राफिस्ट—सुलेखाकार। वह कलाकार है, जो पत्रकार के कार्यों को पूरा करता है और सामग्री को भी लिखता है।

खबर—फारसी भाषा में समाचार को खबर कहते हैं।

खबरनवीस—फारसी भाषा में संवाददाता को 'खबरनवीस' कहते हैं, अर्थात् खबर देने वाला।

खबररसा एजेन्सी—समाचार समिति को फारसी भाषा में खबररसा एजेन्सी कहते हैं।

खेल पत्रकारिता—खेल सम्बन्धी समाचार, लेख, समीक्षा देना आदि खेल पत्रकारिता कहलाती है। हिन्दी समाचार-पत्रों में खेल सम्बन्धी रपटें छापने का सिलसिला काफी देर से शुरू हुआ। सन् 1951 में दिल्ली में आयोजित प्रथम एशियाई खेलों से ही हिन्दी के कुछ पत्रों में खेल-समाचार प्रकाशित होने शुरू हो गये थे, लेकिन सही मायनों में इसका श्री गणेश 1960 के आस-पास ही माना जा सकता है।

खेल सम्पादक—यह समाचार-पत्र के खेल-विभाग का प्रमुख होता है। इसका कार्य खेल समाचारों और प्रक्रियाओं का आकलन करना और खेल संवाददाताओं या उप सम्पादकों के कार्य का निरीक्षण करना है।

खेल संवाददाता—खेल-समाचारों को देने वाला व्यक्ति खेल संवाददाता कहलाता है। खेल समाचार लेखन के दो रूप होते हैं। एक तो यह कि डेस्क पर बैठे-बैठे किसी समाचार समिति की रपट का अनुवाद करना। दूसरा स्वयं मैदान में जाकर स्वतन्त्र रूप से रपट तैयार करना है।

गजट—सन् 1566 में यूरोप के शहरों में युद्ध एवं व्यापार से संदर्भित हस्तलिखित पत्र जब श्रोतागण सुना करते थे तो उसके लिए उन्हें एक गजेटा (छोटा सिक्का) देना पड़ता था। इसी 'गजेटा' के नाम पर अखबारों को 'गजेटा' कहा जाने लगा। आज तो 'गजट' सूचना-पत्र तथा समाचार-पत्र का पर्यायवाची बन चुका है।

गैर पत्रकार—जिस प्रकार पत्र के सम्पादकीय विभाग के पत्रकार कर्मचारी विभिन्न कार्यों के लिए अलग-अलग नामों से पुकारे जाते है, उसी तरह गैर पत्रकार कर्मचारियों के विभिन्न कार्यों के अनुसार पद भी अलग-अलग है। प्रशासनिक विभागों विज्ञापन, वितरण, व्यापार आदि में कार्यरत कर्मचारियों और मुद्रणालय कर्मचारियों के नाम और पद अलग-अलग हैं।

छः ककार—रुडयार्ड किप्लिंग ने समाचार—संकलन के लिए पांच [illegible] तथा एक एच. आधार बताये हैं। इन्हें हिन्दी मे छः ककार कहा जाता है। वे हैं—(1) क्या हुआ (2) कहां हुआ (3) कब हुआ (4) किसने किया (5) क्यों हुआ (6) कैसे हुआ। what, where, when, who, why, how।[1]

छाया—चित्र को छाया कहते हैं।

छायाकार—चित्र तैयार करने वाले को छायाकार कहते हैं।

छूट—प्रेस-कापी का वह अंश जो कम्पोज होने से [illegible]

जनमत—जनमत किसे कहते हैं, इसके बारे में कोई [illegible] नहीं दी जा सकती। फिर भी जनमत किसी राष्ट्र की समस्त [illegible] के प्रति दृष्टिकोण को कहते है। राष्ट्र का एक प्रबल [illegible] करता है, इसे जनमत कहते हैं। किसी भी समस्या पर [illegible] के संकलन से जनमत का निर्माण होता है।

जन संचार (Mass Communications)

कोई भी सूचना या विचार को [illegible] टेलीविजन, चल चित्रों, जनसम्पर्क [illegible] सचार' है

---

1. I have six honest [illegible]
   They taught [illegible]
   Their names [illegible]
   And How [illegible]

जन सम्पर्क (Public Relations)

सामान्य अर्थ में किसी एक व्यक्ति का दूसरे व्यक्ति अथवा व्यक्तियों के साथ सम्पर्क करना जनसम्पर्क कहा जाता है। अमेरिका के जनसम्पर्क विशेषज्ञ सी. डब्ल्यू. प्लेट्स ने 'जन सम्पर्क' की परिभाषा बताते हुए लिखा है कि जनसम्पर्क से अभिप्राय प्रबन्धक वर्ग द्वारा किये जाने वाले उस कार्य से है—जिसके अन्तर्गत वह—

(1) किसी विषय के सम्बन्ध में जन रुचि एवं जन व्यवहार का विश्लेषण करता है।

(2) जनता को अपने संगठन की नीति और कार्यक्रमों को समझाता है।

(3) सगठन के प्रति जनता में सद्भावना उत्पन्न करने के लिए कार्यक्रम बना कर उसे पूरा करता है।

अतः उत्तम छवि-निर्माण, सह-अभिमति, समर्थन एवं जन-अनुकूलता की प्राप्ति ही जनसम्पर्क की उपलब्धि है।

जनसम्पर्क माध्यम

1. परम्परागत माध्यम—लोकगीत, लोक नृत्य, लोक कथा, नाटक, कठ पुतली, नौटंकी।

2. आधुनिक माध्यम—समाचार-पत्र, दूर दर्शन, रेडियो, फिल्म, विज्ञापन।

जर्नल—किसी संस्था या विशेष विषय से सम्बद्ध पत्र-पत्रिका जिसमे गतिविधियों की जानकारी होती है। डायरी, पत्रिका।

टाइप—टाइप शब्द ग्रीक शब्द 'टिपास' (Typos) से बना है। टाइप उन्हें कहा जाता है जिनके कम्पोज से मुद्रण सम्भव होता है। टाइप सीसा, रांगा और एन्टिमनी धातुओं के मिश्रण से तैयार की गई आयताकार तीन पार्श्वों वाली ठोस वस्तु है।

टाइप अंग—टाइप के 12 अंग होते हैं—

(1) फुट—टाइप जिन दो पैरों पर खड़ा है, उसे फुट कहते हैं।

(2) ग्रूव—दोनों पैरों के बीच की खाली जगह।

(3) निक—बॉडी के सामने, नीचे की ओर, एक जगह का कुछ हिस्सा दबा कर खांचा बना दिया जाता है।

(4) फ्रन्ट—बॉडी के सामने का हिस्सा, जिसमें खांचा रहता है।

(5) पिन मार्क—बाईं ओर का निशान (गोल)।

(6) बैक—बॉडी के पीछे का हिस्सा।

(7) सेरिफ—फेस के दायें-बायें निकला हुआ भाग।

(8) शोल्डर—टाइप का वह समतल भाग, जिसके ऊपर फेस रहता है।

(9) बेवल—फेस और टाइप के बीच का टेढ़ा भाग

(10) साइड—एक ओर का किनारा।

(11) फेस—टाइप के सबसे ऊपरी भाग में जो अक्षर, अंक, मात्रा या चिह्न होता है, उसे फेस कहा जाता है।

(12) काउण्टर—क प स य व आदि अक्षरों के आजू-बाजू जो जगह खाली रह जाती है, उसे काऊंटर कहते हैं।

टाइप के पाइंट—पाइण्ट वस्तुतः टाइप के फेस की मोटाई की एक माप है। एक इंच की मोटाई 72 प्वाइंट होती है। एक 'एम' एक 'इंच' का छठवा हिस्सा है। एक 'एम' को 12 से विभाजित करने पर एक प्वाइंट की मोटाई मालूम हो जाती है। इसी माप के अनुसार विभिन्न फेस के टाइपों को अलग-अलग नाम दिया गया है।

टेलीप्रिण्टर—इसके माध्यम से समाचार एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजे जाते हैं। टाइपराइटर जैसी बिजली से चलने वाली इन मशीनों को टेलीप्रिन्टर कहा जाता है। ये मशीनें 66 शब्द प्रतिमिनट की गति से कार्य करती है। देखें—क्रीड (Creed)।

टेलेक्स—टेलीप्रिन्टर सेवा, टेलीप्रिन्टर का एक्सचेंज—जिस यंत्र से टेली-प्रिन्टर द्वारा सूचना या समाचार भेजे जाते हैं और ग्रहण किये जाते हैं।

डब डबिंग—किसी फिल्म, लेख, कहानी, नाटक आदि को किसी अन्य ध्वनि, भाषा या लिपि में रूपान्तर करना।

डाक समाचार—समाचारों का एक अंग है 'डाक समाचार'। डाक के समाचार वे हैं जिन्हें पत्र के संवाददाता चिट्ठियों द्वारा भेजते हैं और जो कुछ देर से पहुँचते हैं।

डाक्यूमेन्ट्री फिल्म—वह फिल्म जिसमें किसी महत्त्वपूर्ण घटना, समाचार वृत्त अथवा एक विशेष विषय का चित्रण किया गया हो।

डाइजेस्ट—वह पत्रिका जिसमें विभिन्न विषयों के सार संग्रह हो। व्यवस्थित करना, वर्गीकृत करना।

दैनिक समाचार पत्र—नियमित रूप से प्रति दिन प्रकाशि होने वाले समाचार पत्र दैनिक-समाचार पत्र कहलाते हैं। भारत के प्रेस एण्ड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट के अनुसार, "समाचार पत्र कोई भी मुद्रित निश्चित अवधि में प्रकाशित होने वाला पत्र है, जिसमें सार्वजनिक समाचार या ऐसे समाचारों पर टिप्पणियाँ हों।"

नाम निगार—फारसी भाषा में 'संवाददाता' को नाम निगार कहते हैं।

नियत कालिक पत्रिका (पीरियोडिकल)—वह पत्र-पत्रिका जिसका प्रकाशन एक निश्चित अवधि जैसे—एक सप्ताह, एक पक्ष, एक माह, त्रैमासिक, अर्द्ध या वार्षिक नियमित रूप से होता है।

समाचार समिति (न्यूज ऐजेंसी)—समाचार समितियाँ समाचारों को एक कोने से दूसरे कोने तक पहुँचाने का सशक्त माध्य है। ये अपने टेलीप्रिन्टर के माध्यमों से समाचार, आकाशवाणी एवं दूरदर्शन केन्द्र से लेकर समाचार-पत्रों के कार्यालयों तक पहुंचाते हैं। फ्रांसीसी युवक चार्ल्स आवास आधुनिक समाचार-समितियों का जन्मदाता माना जाता है। समाचार समिति को 'वायर ऐजेन्सी' भी कहते हैं।

समाचार-पत्र की साज-सज्जा—समाचार-पत्र अधिक से अधिक पाठकों को आकर्षक लगे इसलिए उसे सुन्दर ढंग से सजाया जाता है। साज-सज्जा वह प्रक्रिया है जिसमे यह निश्चित किया जाता है कि कौन-सा समाचार कौन-से और कितने कालम मे दिया जायेगा, शीर्षक कितना बडा होगा, कौन-सा ब्लाक, कार्टून किस आकार में दिया जायेगा। देखें—समाचार प्रस्तुतीकरण, अध्याय 5।

न्यूज प्रिंट—जिस कागज पर समाचार-पत्र छपते हैं, उसे न्यूज प्रिन्ट कहते है। अखबारी कागज।

न्यूज रील (समाचार दर्शन)—इसमे समाचारों को रोचक ढग से प्रस्तुत किया जाता है। आँखो देखा हाल, समाचार-समीक्षा और साक्षात्कार के कुछ अशो तथा घटनाओं का वर्णन किया जाता है।

पटकथा—फिल्म या कहानी जिसमें संवाद (डायलाग) पर अधिक ज़ोर दिया जाता है।

पत्र सूचना कार्यालय (प्रेस इन्फार्मेशन ब्यूरो)

सूचना और समाचार देने वाला सरकार या किसी विशेष सस्था का कार्यालय अथवा विभाग। यह सूचना कार्यालय, समाचार-पत्रों, समाचार-समितियो और पत्रकारों को समय-समय पर अधिकृत जानकारी देता है। यह कार्यालय सरकारी सूचना के वस्तुनिष्ठ प्रसारक के रूप में अपनी साख स्थापित करता है। संवाददाताओं और प्रेस-फोटोग्राफरों को मान्यता प्रदान करता है। इसका प्रमुख कार्य सरकार की नीतियों, कार्यक्रमों और उपलब्धियों का प्रचार करना है।

इस समय पत्र सूचना कार्यालय का मुख्यालय नई दिल्ली में शास्त्री भवन में है। इसके चार क्षेत्रीय कार्यालय बम्बई, कलकत्ता, मद्रास और नई दिल्ली में हैं तथा 34 शाखा कार्यालय है। पत्र सूचना कार्यालय देश में 10 सूचना केन्द्र भी चला रहा है। यह 'हमारा देश' नाम से एक साप्ताहिक भित्ति-पत्र भी निकालता है, जो दस भाषाओं में प्रकाशित होता है।

पत्रकार (जर्नलिस्ट)—समाचारों के संकलन, लेखन, सम्पादन और पत्र-पत्रिकाओं की अन्य सामग्रियों को प्रकाशनार्थ तैयार करने वाला ही पत्रकार है। आक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार, "किसी पत्र का सम्पादन करके या उसके लिये कुछ लिखकर जो अपनी जीविका चलाता है उसे पत्रकार कहते हैं।"

पत्रकार आचार संहिता—पत्रकार एक ऐसा व्यवसाय है, जिसे पवित्र रखने और विश्वसनीय बनाये रखने के लिए कुछ नीति-नियमों का पालन करना अनिवार्य है जो नियम या कानून किसी सत्ता या शासनादेश द्वारा लागू किये जाते हैं वे तो प्रेस-कानून कहलाते हैं, किन्तु जिन नियमों या निनियों का निर्धारण स्वयं पत्रकार अपने लिए करते हैं उन्हें पत्रकारिता का नीति-शास्त्र (Ethics of Journalism), नीति-शास्त्र (Ethics) या आचार-संहिता कहते हैं। आचार-संहिता पत्रकार को अनुशासित करती है और उसे उच्छृंखल होने से रोकती है।

पत्रकार कक्ष (प्रेस गैलरी)—पत्रकारों के समाचार संकलन के लिए जो स्थान निश्चित होता है, उसे पत्रकार-कक्ष कहते हैं। समाचार-पत्रों, रेडियो तथा दूरदर्शन के माध्यम से विभाग, सरकार या संस्थान की जानकारी जनता तक पहुंचाना ही प्रेस-कक्ष का प्रथम कार्य है।

पत्रकार संगठन—पत्रकारों के अधिकारों की रक्षा के लिए, आपसी मैत्री व सहयोग, आचार-संहिता के निर्माण तथा पत्रकारिता के स्तर को उन्नत करने आदि के लिए बनाये गये संगठन पत्रकार-संगठन कहलाते हैं। अखिल भारतीय सम्पादक सम्मेलन, दि इण्डियन एण्ड ईस्टर्न न्यूज पेपर सोसाइटी, भारतीय श्रमजीवी पत्रकार संगठन, नेशनल यूनियन आफ जर्नलिस्ट आदि संगठन उल्लेखनीय हैं।

पत्रकार सम्मेलन (प्रेस कान्फ्रेंस)—पत्रकार सम्मेलन समाचार संकलन का एक महत्वपूर्ण स्रोत है। विभिन्न राजनीतिक दल, संस्थान, संगठन, नेता, मंत्री, उच्चाधिकारी अपने विचार या दृष्टिकोण प्रस्तुत करने या नवनीतम् घटनाओं की जानकारी देने के लिए पत्रकारों को आमंत्रित करते हैं। इसे पत्रकार-सम्मेलन कहा जाता है।

इसमें पत्रकार सीधे प्रश्न पूछते हैं और आयोजक उनका उत्तर देते हैं। उनके समक्ष औपचारिक घोषणा करते हैं। पत्रकार सम्मेलन में आयोजक और पत्रकारों के अतिरिक्त अन्य कोई व्यक्ति भाग नहीं लेते। पत्रकार आयोजकों से कोई भी प्रश्न करने या पूछने के लिए स्वतन्त्र है। आयोजक या सम्बोधन करने वाला उत्तर देता है अथवा उत्तर देना नहीं चाहे तो मौन रहते हैं, उन्हें उत्तर देने के लिए बाध्य नहीं किया जा सकता।

पत्रकारिता (जर्नलिज्म)—पत्रकारिता का सामान्य अर्थ है—"पत्रकार का काम या सामान्य व्यवसाय।" पत्रकारिता स्पष्ट रूप से तीन रूपों में सामने आती है—(1) पत्रकार होने की अवस्था या भाव (2) पत्रकार का काम (3) वह विधा जिसमें पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों, उद्देश्यों आदि का विवेचन हो। वैज्ञानिक परिभाषा और (डॉ. बद्रीनाथ कपूर) के अनुसार—'पत्रकारिता पत्र-पत्रिकाओं के लिए समाचार, लेख आदि एकत्रित तथा सम्पादित करने, प्रकाशन आदेश आदि देने का कार्य है।' चैम्बर और न्यू वेब्स्टर्स डिक्सनरी के अनुसार–'प्रकाशन, सम्पादन, लेखन एवं प्रयुक्त समाचार माध्यम का व्यवसाय ही पत्रकारिता है।"

कहा जा सकता है, कि ज्ञान और विचारों को समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द, ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से जन-जन तक पहुंचाना ही पत्रकारिता है।

पत्रकारी—'पत्रकारी' शब्द ही धीरे-धीरे पत्रकारिता बन गया। यह शब्द पत्र+कार्य+इता से मिलकर बना है। श्री कमलापति त्रिपाठी ने अपनी पुस्तक 'पत्र और पत्रकार' में अनेक स्थानों पर पत्रकारी शब्द का प्रयोग किया है। उन्होंने अपनी पुस्तक के एक अध्याय का नाम दिया है—"भारतीय पत्रकारी का विकास।"

पत्रिका—विविध विषयों पर नियमित रूप से और समय पर प्रकाशित होने वाले पत्र। जैसे साप्ताहिक पत्रिका, पाक्षिक पत्रिका, त्रैमासिक पत्रिका और मासिक पत्रिका आदि।

परिचर्चा–किसी एक विषय पर विषय से सम्बद्ध कुछ व्यक्तियों से साक्षात्कार कर उनके विचारों को सकलन कर प्रस्तुत करने को परिचर्चा कहते हैं।

परिशिष्ट—(रिव्यू)—किसी लेख या पुस्तक का बचा हुआ अंश या भाग जो यथा स्थान न दिया जा सका हो और जिनके बिना वह अपूर्ण ही रह जाता हो, पुस्तक की उपयोगिता बढ़ाने के लिए अवशिष्ट विषयों की पूर्ति। पत्र-पत्रिका में नियमित सामग्री का अलग से देना।

पाण्डुलिपि—किसी समाचार या लेख का सम्पादन करने के लिये जो मूल रूप से लिखित सामग्री होती है, उसे पाण्डुलिपि कहते हैं। इसे 'प्रेस कापी' भी कहा जाता है।

पाक्षिक पत्रिका—नियमित रूप से प्रत्येक पन्द्रह दिनों के बाद या पखवाड़े पर प्रकाशित होने वाला पत्र या पत्रिका पाक्षिक पत्रिका कहलाती है।

पुनर्मुद्रित (रि-प्रिन्टेड)—जो दो बार या पुनः छापा गया हो। किसी लेख, निबन्ध, रचना की पृथक् से पुनः प्रकाशित सामग्री रिप्रिन्ट कहलाती है।

पैम्फलेट—वह परचा जो सामयिक विषयों से सम्बद्ध हो, लेखक जिसकी ओर पाठकों का ध्यान आकर्षित करना चाहे। इसकी भाषा तीखी और मंजी हुई होती है।

पोस्टर—बड़े-बड़े अक्षरों में कागज पर छपा हुआ वह नोटिस जो आम लोगों की जानकारी के लिए जगह-जगह दीवार आदि पर चिपका दिया जाता है।

प्रकाशक (पब्लिशर)—पुस्तक, पत्र-पत्रिकाएँ आदि को मुद्रित कराकर उन्हें प्रकाशित करने वाला।

प्रकाशन (पब्लिकेशन)—छपवाकर प्रकट करना या आम लोगों के सामने लाना।

प्रकाशन विभाग (पब्लिकेशन डिवीजन)—
भारत सरकार की ओर से राष्ट्रीय स्तर की पुस्तकों का प्रकाशन, सामग्री

की तैयारी, लेखन तथा वितरण और अन्य का कार्य करता है। यह भारत सरकार का निजी मुद्रित माध्यम (प्रिन्ट मीडिया) है। विभिन्न मंत्रालयों की अनेक पत्रिकाओं का प्रकाशन यहीं होता है। विभिन्न भारतीय भाषाओं में भी यही कार्य होता है। इसका कार्यालय दिल्ली में है।

प्रकाशन स्थल—जिस स्थान से समाचार-पत्र या पत्रिका प्रकाशित होती है, उसे प्रकाशन स्थल कहते हैं। प्रत्येक-पत्र-पत्रिका में प्रकाशन स्थल का नाम देना आवश्यक है। प्रेस लाइन में भी प्रकाशन स्थान दिया जाता है।

प्रकाशित (पब्लिशड्)—जिसका प्रकाशन हो चुका है।

प्रकाश्य—प्रकाशित करने योग्य।

प्रचार (पब्लिसिटी)—जनता को या किसी एक विशेष समुदाय को तथ्यों या विचारों से अवगत कराने का एक साधन। किसी वस्तु को प्रसिद्ध करने या फैलाने का कार्य।

प्रचार तथा प्रोपेगण्डा में बहुत अंतर है। प्रचार का आधार सत्य और तथ्य होते हैं तथा परिणामों के प्रभाव का अध्ययन किया जाता है। प्रचार स्थाई होता है जबकि प्रोपेगण्डा अस्थाई।

प्रचार अभिकर्ता-(पब्लिसिटी एजेण्ट)—प्रचार संस्था का प्रचार करने वाला व्यक्ति।

प्रचारक—प्रचार करने वाला संगठन, संस्था, माध्यम या साधन प्रचारक कहलाता है।

प्रबंध सम्पादक (Managing Editor)—

बड़े समाचार पत्रों में सम्पादक के अतिरिक्त एक प्रबंध सम्पादक भी होता है। इसका कार्य पत्र के लिए आवश्यक सामग्री की व्यवस्था करना होता है। यह सम्पादकीय विभाग के अतिरिक्त विज्ञापन व वितरण विभाग के कर्मचारियों के कार्यों का विवेचन और निरीक्षण करता है।

प्रमुख सम्पादक (Editor in Chief)—

बड़े समाचार-पत्रों में प्रमुख सम्पादक भी होते हैं जो सभी सम्पादकों व सहायक सम्पादकों का नेतृत्व करता है। यह सम्पादकीय तथा पत्र की नीतियों का निर्धारण करता है और पत्र में प्रकाशित होने वाली सामग्री के लिए उत्तरदाई होता है।

प्रसार (सरक्यूलेशन)—पत्र-पत्रिका या समाचार पत्रों का वितरण/फैलाव या फैलाने की प्रक्रिया।

प्रसार विभाग (सरक्यूलेशन विभाग)—

समाचार-पत्र के कार्यालय का महत्वपूर्ण विभाग प्रसार विभाग होता है। यह विभाग पत्र-पत्रिकाओं के प्रसार संबंधी समस्त कार्यों का निष्पादन करता है। पत्र की प्रसार संख्या बढ़ाने और पत्र के शीघ्र वितरण का उत्तरदायित्व इस विभाग पर होता है। बड़े-बड़े शहरों में यह विभाग वितरण डिपो व एजेन्सियों की व्यवस्था करता है।

प्रसार संख्या (सरक्यूलेशन नम्बर)—पत्र-पत्रिका की वितरण-संख्या अर्थात् पत्र की कुल कितनी प्रतियां वितरित होती हैं। कुल मुद्रित और वितरित प्रतियां ही प्रसार संख्या कहलाती है। मुद्रित संख्या, पत्र की कितनी प्रतियां छापी गई है यह बताती है, जबकि प्रसार संख्या वह संख्या है जो पत्र कितना बिकता है यह बताता है।

प्रत्येक समाचार-पत्र या पत्रिका को अपनी प्रसार संख्या प्रथम पृष्ठ पर देना अनिवार्य है। लेकिन कई पत्र प्रसार संख्या देते हैं और कई नही।

प्रसारण-(ब्राडकास्ट)—आकाशवाणी व दूरदर्शन के माध्यम से सूचना। फैलाना या फैलाने की क्रिया।

प्रायोजित परिशिष्ट विज्ञापन—यह विज्ञापन का एक अंग है। राजनैतिक दल, सरकारी या गैर सरकारी संस्थान, विभिन्न व्यावसायिक संगठन आदि अपने कार्य व कार्यक्रमों को जनता के समक्ष रखने के लिए विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं मे पठनीय सामग्री देकर एक परिशिष्ट प्रकाशित करते है। इसमे संबद्ध विषय की सामग्री रहती है।

विशेष अवसरों पर पत्र-पत्रिकाएँ भी अपनी ओर से परिशिष्ट प्रकाशित करते हैं।

प्रेस तार—समाचार पत्रों, समाचार समितियों, आकाशवाणी और दूरदर्शन कार्यालयों में प्रकाशन प्रसारण के लिये जो समाचार तार द्वारा भेजे जाते हैं, वे प्रेस तार कहलाते हैं। प्रेस तार द्वारा महत्वपूर्ण समाचार ही भेजे जाते है।

प्रेस तार फ्लैश—किसी महत्वपूर्ण समाचार की संक्षिप्त प्रथम सूचना प्रेस द्वारा भेजना प्रेस तार फ्लैश कहा जाता है। विस्तृत समाचार इसके बाद दिया जाता है।

प्रेस बाक्स—प्रेस के व्यक्तियो के लिए एक निश्चित स्थान (कक्ष) होता है, जहां संवाददाता, प्रेस फोटो ग्राफर समाचार, फोटो आदि लेते हैं।

प्रेस मैटिरियल—पत्र-पत्रिकाओ मे प्रकाशनार्थ दी जाने वाली सामग्री।

प्रेस मैन-पत्रकार।

प्रेस रिलीज—प्रकाशन के लिए दी जाने वाली विज्ञप्ति।

प्रेस विज्ञप्ति (प्रेस नोट)—सरकार, सरकारी कार्यालय, विभिन्न राजनीतिक दल, विभिन्न संस्थाएँ आदि अपने कार्य, कार्यक्रमो, उद्देश्यो, नीतियों और गतिविधियों की जानकारी देने के लिए प्रेस को जो सूचना जारी करते हैं, उसे प्रेस नोट, प्रेस विज्ञप्ति कहते हैं। इसे 'हैंड आउट' (Hand out) भी कहा जाता है।

समाचार-पत्रों के लिए या समाचार के रूप मे प्रकाशित सूचना।

फीचर राइटर—फीचर लिखने वाला लेखक।

फैक्सीमाईल—संदेश भेजने का एक आधुनिक माध्यम, जिसके द्वारा एक

छोर से भेजी गई सूचना या समाचार रेडियो तरंगों पर दूसरे छोर पर स्वतः ही मुद्रित होते हैं।

फैसिमल फोटो—फैसिमाईल पद्धति से जिसमें रेडियो संकेतों की सहायता ली जाती है, भेजा गया चित्र।

बुलेटिन—अधिकृत सूचना, प्रमुख घटनाओं या मौसम सम्बन्धी व रोगी की स्थिति सम्बन्धी सूचना आदि।

ब्रेल पत्रकारिता—दृष्टिहीनों के लिए एक विशेष लिपि में (वह लिपि जिसमें अक्षर उभरे हुए होते हैं) पत्र प्रकाशित करने को ब्रेल लिपि कहते हैं। दृष्टिहीनों को शिक्षा प्रदान करने के लिए लिपि-निर्माण के प्रयोग 1517 से ही चल रहे थे। लेकिन सर्व प्रथम 1784 में फ्रांस के नागरिक वेलेंटाईन हावे ने इस कार्य के लिये उभरे हुए अक्षरों का प्रयोग किया।

1819 में नेपोलियन की सेना के एक पदाधिकारी कैप्टेन चार्ल्स बारबियर ने इस लिपि के लिये 12 उभरे हुए बिन्दुओं का प्रयोग किया। किन्तु इस लिपि का उपयोग वह गुप्त संकेतों के रूप में करता था।

सन् 1951 में ब्रेल लिपि का भारत में आगमन हुआ। भारत सरकार द्वारा नवम्बर 1957 में 'आलोक' नामक एक त्रैमासिक पत्रिका ठाकुर विश्वनारायण सिंह के सम्पादन में प्रारम्भ की गई।

ब्रोशर—लघु पत्रिका पुस्तिका के लिये 'ब्रोशर' शब्द का प्रयोग किया जाता है, जो किसी विषय के सार के रूप में लिखी होती है। किसी विशेष अवसर पर, विषय से संबंधित जानकारी संक्षिप्त रूप से देने के लिये लिखी जाती है।

मानहानि (Defamation)—भारतीय दंड विधान की धारा 499 में मानहानि से संबंधित कानूनों का विवेचन किया गया है। जो कोई भी शब्दों द्वारा, जो बोले गये हों, पढ़े जाने के लिये हों या संकेत करते हों या किसी प्रकार की दर्शनीय अभिव्यक्ति द्वारा किसी व्यक्ति के संबंध से कोई ऐसा अभियोग लगाते हों, प्रकाशित करते हों जिससे किसी व्यक्ति की प्रतिष्ठा को हानि पहुँचती हो, तो वह मानहानि का दोषी होगा।

मानहानि के मामलों में सुना गया, कहा जाता है पता चला है, आदि से बचत नहीं होती। गलत शीर्षक देना, अपमान जनक चित्र प्रकाशित करना मानहानि कारक माना गया है।

मुख पृष्ठ (फ्रन्ट पेज)—समाचार-पत्र, पत्रिका का प्रथम पृष्ठ। पत्र के मुख पर मुख्य समाचार होते हैं और पत्रिका के मुख पृष्ठ में जो कवर-पेज भी होता है, चित्र आदि होते हैं।

रपट—रिपोर्ट का बिगड़ा रूप आम तौर से रपट बोला जा

रिपोर्ट—घटना विशेष का विस्तृत वर्णन, कार्य का विवरण, ज्ञातव्य बातों का विवरण।

रिपोर्ताज—यह अंग्रेजी शब्द, 'रिपोर्ट' का समानार्थी फ्रांसीसी शब्द 'रिपोर्ताज' ही है जिसमें किसी घटना का यथातथ्य वर्णन किया जाता है। संघर्ष के क्षणों को तत्काल शब्दों में प्रस्तुत करना ही 'रिपोर्ताज' है। युग संघर्ष, युग चेतना तथा असाधारण जीवन को कला में बांधना ही इसको साहित्यिकता प्रदान करता है।

इस विधा का विकास यूरोप में युद्ध क्षेत्र में हुआ। सन् 1936 के लगभग द्वितीय महायुद्ध के पूर्व इस विधा का जन्म हुआ और यह विधा युद्ध भूमि में विकसित हुई। हिन्दी में रिपोर्ताज का प्रारम्भ करने का श्रेय 'हंस' को है जिसमें 'समाचार और विचार' शीर्षक में एक स्तम्भ प्रकाशित किया गया। जून, 1944 के अंक से 'अपना देश' शीर्षक से स्थाई स्तम्भ चलाया गया।

रेखा चित्र—'रेखा चित्र' शब्द का प्रयोग हिन्दी में रेखाओं से बनाये हुए चित्रों के लिये होता है। गुजराती में 'रेखाचित्र' का प्रयोग अंग्रेजी के शब्द-नैल-स्केच के लिये होता है। मलयालम में 'तूलिका चित्र' शब्द भी चलता है। रेखाचित्र के अर्थ में व्यक्ति चित्र, चरित लेख, शब्द-चित्र आदि शब्दों का प्रयोग हिन्दी में होता है। परन्तु रेखाचित्र ही सबसे अधिक उपयुक्त है।

वाकियानवीस—यह फारसी भाषा का शब्द है जिसका अर्थ संवाददाता होता है। 'वाकिया निगार' विभिन्न दरबारों को महत्त्वपूर्ण घटनाओं, समारोहों, शिकायतों, जनता के अभाव-अभियोगों तथा प्रशासन के प्रति उसकी प्रतिक्रियाओं के बारे में नियमित रूप से 'वाकियात' (समाचार चिट्ठया) प्रस्तुत करते थे।

डायरी—अंग्रेजी शब्द 'डायरी' अपने मूल स्त्रोत लैटिन शब्द diarium से बना है जो दैनिक भत्ते के अर्थ में प्रयुक्त हो तथा जो बाद में 'डायरी' के वर्तमान 'अर्थ' A daily record/A book to contain this' में आने लगा। इसका ही दूसरा रूप 'डाइस' है जिससे भी दैनिक लिखी जाने वाली 'दैनंदिनी' का बोध होता है।

डायरी लेखन को दृढ़ आधार पर स्थापित करने का श्रेय महात्मा गांधी को है। वस्तुतः गांधी जी ही इस विधा के मूल प्रेरणास्त्रोत रहे हैं।

परिशिष्ट 1

प्रथम प्रेस आयोग

(First press commision)

प्रथम प्रेस आयोग की विधिवत घोषणा 3 अक्टूबर, 1952 को हुई। यह प्रेस आयोग जांच कानून, 1952 धारा 3 (एल. एक्स. 1952) के अन्तर्गत स्थापित हुआ। जिन बातों पर प्रेस आयोग को छानबीन कर अपनी रिपोर्ट और सुझाव देने थे वे निम्न प्रकार थे—

1. छोटे-बड़े समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, समाचार समितियों और फीचर सिंडीकेटों के नियंत्रण, व्यवस्था और वित्तीय स्थिति
2. एकाधिकार और शृंखला-पत्रों का समाचार और विचार पर प्रभाव
3. प्रेस की मालिकाना कम्पनियां, विज्ञापन और अन्य बाहरी दबाव
4. पत्रकारों की नियुक्ति, प्रशिक्षण, काम की स्थिति और उनके वृत्तीय स्तर की रक्षा
5. प्रेस, कागज और मशीन आदि के विभिन्न पहलू
6 पत्रकारों के लिये स्तरीय आधार, सरकार और प्रेस का सम्बन्ध, प्रेस सलाहकार और सम्पादकों तथा पत्रकारों की संस्थाएं
7. प्रेस की स्वतन्त्रता, कानूनों में ऐसे संशोधन जो प्रेस की स्वतन्त्रता के लिए आवश्यक जान पड़े।

प्रथम प्रेस आयोग ने अपनी रिपोर्ट 14 जुलाई, 1954 को प्रस्तुत की। यह रिपोर्ट तीन खंडों में है—

1. प्रेस जगत् की जांच और सुझाव
2. भारतीय पत्रकारिता का इतिहास
3. प्रश्नावलियां, परिशिष्ट, अनेक ज्ञापन, अर्थ व्यवस्था तथा पाठक आदि के पत्र।

सुझाव—

प्रेस आयोग ने अपने सुझाव इस प्रकार दिये हैं—

1. प्रेस परिषद् की स्थापना
2. पत्रकारों की आचार संहिता के 17 सूत्रों का गठन
3. पृष्ठानुसार मूल्य का नियम लागू हो

4. विज्ञापन 40 प्रतिशत से अधिक न हो
5. विज्ञापन परिषद् की स्थापना
6. प्रेस रजिस्ट्रार की नियुक्ति
7. समाचार समितियों पर सरकारी नियन्त्रण न हो, उनके लिये निगम की स्थापना की जाये
8. प्रेस उद्योग पर अन्य उद्योगों के मालिकों का प्रभाव कम किया जाये
9. एकाधिकार की प्रवृत्ति को रोका जाये
10. पत्रकारों के हितो की रक्षा के लिये उद्योग नियम उन पर लागू हों। वेतन और काम के घंटे नियमित हो
11. समाचार पत्रों और पत्रिकाओ की जाच और व्यवस्था का काम केन्द्रीय सरकार का दायित्व हो।

प्रेस आयोग की प्रमुख सिफारिशों के परिणाम स्वरूप सरकार ने कदम उठाये और समाचार पत्रो के रजिस्ट्रार का कार्यालय जुलाई, 1956 में स्थापित हुआ। प्रेस रजिस्ट्रार के माध्यम से अखबारी कागज के वितरण की व्यवस्था होने लगी। प्रेस परिषद् कानून 1965 मे पास हुआ। 4 जुलाई, 1966 को प्रेस परिषद् गठित हुई। श्रमजीवी पत्रकार कानून 20 दिसम्बर, 1955 से लागू हुआ। प्रेस सलाहकार समिति की नियुक्ति 22 सितम्बर, 1962 को हुई। पृष्ठानुसार मूल्य नियंत्रण आज्ञा 1956 में जारी की गई, 25 सितम्बर, 1961 को सर्वोच्च न्यायालय ने उसे अमान्य ठहराया।

परिशिष्ट 2

द्वितीय प्रेस आयोग

(Second press commission)

न्यायमूर्ति श्री के. के. मैथ्यू की अध्यक्षता में गठित द्वितीय प्रेस आयोग ने 3 अप्रेल, 1982 को अपनी रिपोर्ट सरकार को प्रस्तुत कर दी। आयोग की यह रिपोर्ट आठ भागों में लगभग 2500 पृष्ठों की है। द्वितीय प्रेस आयोग को विभिन्न विषयों पर विचार करके अपने सुझाव देने थे, जिससे प्रेस के विकास और स्तर में सुधार लाया जा सके। विचार के कुछ प्रमुख बिन्दु इस प्रकार थे—

1. विकासशील तथा प्रजातन्त्रिक समाज में प्रेस की भूमिका।
2. अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता के संदर्भ में वर्तमान संवैधानिक संरक्षणों की उपयुक्तता और कमियां।
3. प्रेस की स्वतन्त्रता को आर्थिक, राजनैतिक एवं मालिकों और व्यवस्थापकों के दबाव से मुक्त रखने के लिये साधन एवं उपाय।
4. प्रकाशकों, सम्पादकों, व्यवस्थापकों एवं व्यावसायिक पत्रकारों के बीच संबंध।
5. छोटे एवं मध्यम वर्ग के समाचार-पत्रों को अतिरिक्त संरक्षण।
6. प्रेस को आर्थिक संरक्षण प्रदान करने के लिये न्यूज प्रिन्ट, विज्ञापन एवं सूचना नीति एवं पृष्ठ मूल्य सूची की वैधानिकता।
7. समाचार समितियों, फीचर समितियों की संरचना, समाचार का सीधा क्षेत्र तथा समाचारों का आदान-प्रदान।
8 पत्रकारिता का प्रशिक्षण और उसका विकास-जन संचार में अनुसंधान।

द्वितीय प्रेस आयोग की मुख्य सिफारिशे इस प्रकार थी—

1. प्रेस एवं सरकार के मध्य सद्भावाना पूर्ण सम्बन्ध स्थापित किये जाने के प्रयास हो।

2. लघु एवं मध्यम समाचार-पत्रों के विकास के लिए 'समाचार पत्र विकास आयोग' का गठन किया जाये।

3. समाचार पत्र उद्योग को अन्य उद्योगों एवं व्यावसायिक हितो से अलग किया जाये।

4. पत्र मालिकों तथा सम्पादक के मध्य न्यासाधिकारियो की नियुक्ति की जाये।

5. पृष्ठानुसार मूल्य नियम लागू किया जाये।

6. लघु, मध्यम और बड़े समाचार पत्रों के लिए समाचार तथा विज्ञापन का निश्चित अनुपात तय किया जाये।

7. समाचार-पत्र उद्योग को विदेशी धन के प्रभाव से मुक्त किया जाये।

8. पत्र-पत्रिकाओं में भविष्य वाणियों का प्रकाशन नहीं किया जाये।

9. पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाले विज्ञापनों में नारी की छवि का दुरुपयोग रोका जाये।

10. पत्र सूचना कार्यालय का पुनर्गठन किया जाये।

11. प्रेस कानूनों में परिवर्तन किया जाये।

12. पत्रकारों को सरकारी आवास सुविधा न दी जाये।

———

परिशिष्ट–3

भारतीय प्रेस परिषद्
(Press Council of India)

भारतीय प्रेस परिषद् की स्थापना प्रथम प्रेस आयोग की सिफारिश के बाद हुई। प्रथम प्रेस आयोग ने 1954 में अपनी रिपोर्ट में एक महत्त्वपूर्ण सिफारिश की थी कि प्रेस की स्वतन्त्रता की रक्षा, समाचारों के प्रस्तुतीकरण में वस्तुनिष्ठता, प्रेस के विकास को प्रोत्साहित करने और प्रेस की बाह्य दबावों से उसकी रक्षा के लिए प्रेस परिषद् की स्थापना की जाये। संसद द्वारा 1978 में प्रेस कौन्सिल एक्ट पारित किया गया। इस अधिनियम के अन्तर्गत गठित प्रेस परिषद् में एक अध्यक्ष तथा 28 सदस्यों की नियुक्ति की घोषणा की गई। अध्यक्ष के मनोनयन के लिए गठित समिति के सदस्यों में राज्य सभा के सभापति, लोकसभा के अध्यक्ष तथा परिषद् के सदस्यों को रखा गया है। अन्य 28 सदस्यों में विभिन्न वर्गों को उचित प्रतिनिधित्व हेतु इस प्रकार की रूप रेखा तय की गई है—

1. 13 सदस्य श्रमजीवी पत्रकारों में से। इनमें से 6 समाचार-पत्रों के सम्पादकों से तथा शेष 7 के अतिरिक्त।

2. 6 सदस्य समाचार-पत्र प्रबंध या व्यवसाय में रत व्यक्तियों में से। छोटे, मध्यम तथा बड़ी श्रेणी के समाचार-पत्र प्रबन्धकों में से प्रत्येक में से दो-दो सदस्यों का चुनाव।

3. एक सदस्य समाचार समितियों से संबद्ध व्यक्तियों में से।

4. तीन सदस्य शिक्षा और विज्ञान, कानून, साहित्य, संस्कृति आदि क्षेत्रों में से। इनमें एक विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, एक बार कौन्सिल तथा एक साहित्य आकादमी में से।

5. पांच सदस्य संसद में से चुने जाते हैं। जिनमें से तीन का मनोनयन लोक सभा अध्यक्ष द्वारा तथा दो का राज्य सभा द्वारा होता है।

परिषद् के उद्देश्य

1. समाचार पत्र और समाचार समितियों की स्वतन्त्रता को कायम रखना।

2. समाचार पत्रों, समाचार समितियों तथा पत्रकारों के उच्च अनुरूप आचार संहिता तैयार करना।

3. पत्रकारिता व्यवसाय से संबद्ध व्यक्तियों में उत्तरदायित्व की जन सेवा की भावना को विकसित करना।

4. समाचार-पत्रों, समाचार समितियों तथा पत्रकारों की ओर से जनरुचि के स्तर को बनाये रखने का विश्वास दिलाना तथा नागरिकता के अधिकारों व उत्तर दायित्वों की भावना को पोषित करना।

5. महत्त्वपूर्ण तथा जनरुचि के समाचारों के प्रेषण पर सम्भावित अवरोधों पर दृष्टि रखना।

6. भारतीय समाचार-पत्र तथा समाचार समिति को मिलने वाली विदेशी सहायता का मूल्यांकन करना।

7. विदेशी समाचार पत्रों, जिनमें दूतावासों तथा विदेशी प्रतिनिधि संस्थाओं आदि द्वारा भी निकाले गये पत्र सम्मिलित है—के प्रसार तथा प्रभाव का अध्ययन करना।

8. समाचार पत्र या समाचार समिति के उत्पादन, प्रकाशन मे सलग्न वर्गों के व्यक्तियो के मध्य समन्वय स्थापित करना।

परिषद् को उन शिकायतों पर विचार करने का पूरा अधिकार है जिससे यह प्रतीत होता है कि समाचार-पत्र, समाचार-समिति, सम्पादक अथवा पत्रकार ने आचार सहिता के विरुद्ध अथवा कोई भी ऐसा कार्य किया हो जिससे इस व्यवसाय की प्रतिष्ठा व पवित्रता पर आंच आई हो। दूसरे पक्ष का अपनी बात कहने का पूरा अधिकार देने के उपरान्त परिषद् अपना निर्णय देती है तथा शिकायत के सही पाये जाने पर पक्ष-विपक्ष को दंडित कर सकती है। उल्लेखनीय है कि न्यायालय में विचाराधीन मामलो पर परिषद् को विचार करने का अधिकार है।

परिषद् के अध्यक्ष अथवा सदस्य अथवा उनके निदेशन में कार्यरत व्यक्ति द्वारा यदि सद्भावनापूर्ण कोई कार्यवाही इस एक्ट के अन्तर्गत की जाती है तो उसके विरुद्ध अदालत में याचिका अथवा मुकदमा दायर नही किया जा सकता। परिषद् को सम्पूर्ण गतिविधियों की वार्षिक रिपोर्ट केन्द्र सरकार को प्रस्तुत करनी पड़ती है।

परिशिष्ट-4

भारतीय पत्रकारों के व्यावसायिक संगठन

पत्रकारों के हितों की रक्षा के लिए उनके अपने-अपने संगठन गठित है। इन संगठनों का उद्देश्य संगठन में एकता बनाये रखना, संगठन के सदस्यों की संख्या में में वृद्धि, व्यावसायिक कार्य प्रणाली में सुधार, प्रेस की स्वतन्त्रता और पत्रकारों के आर्थिक व अन्य हितों की रक्षा करना है। भारत में पत्रकारों के कई प्रमुख संगठन सक्रिय है—

1. इंडियन एण्ड ईस्टर्न न्यूज पेपर सोसायटी (आई. ई. एन. एस.)
2. अखिल भारतीय समाचार-पत्र सम्पादक सम्मेलन (ए. आई. एन. ई. सी.)
3. भारतीय श्रम जीवी पत्रकार संघ (आई. एफ. डब्ल्यू. जे.)
4. राष्ट्रीय पत्रकार यूनियन (एन. यू. जे.)
5. द इंडियन लैंगवेजेज न्यूज पेपर्स एसोसियेशन (आई. एल. एन. ए)
6. आडिट ब्यूरो ऑफ सर्कूलेशन (ए. बी. सी.)
7. द इण्डियन एसोसियेशन ऑफ इण्डस्ट्रियल एडीटर्स (आई. ए. आई. ई.)
8. द प्रेस गिल्ड ऑफ इंडिया (पी. जी. आई.)
9. ऑल इण्डिया न्यूज पेपर्स एम्पलाईज फैडरेशन (ए. आई. एन. ई. एफ)
10. ऑल इण्डिया स्माल एण्ड मिडियम न्यूज पेपर्स एसोसियेशन
11. आल इण्डिया स्माल एण्ड मिडियम न्यूज पेपर फैडरेशन
12. प्रेस इंस्टीट्यूट ऑफ इन्डिया
13. प्रेस गिल्ड ऑफ इण्डिया
14. इंडियन रूरल प्रेस एसोसिएशन
15. मैगजाइन्स पब्लिकेशन एसोसिएशन
16. ट्रेड एण्ड टेक्निकल पब्लिकेशन्स एसोसिएशन

परिशिष्ट–5

पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रमुख पुरस्कार

1. मैगसेसे पुरस्कार
2. चमेली देवी पुरस्कार
3. माखनलाल चतुर्वेदी आंचलिक पत्रकारिता पुरस्कार
4. हल्दी घाटी पुरस्कार
5 खोजपूर्ण पत्रकारिता के लिए डा. वी. मलाम्ही ट्रस्ट पुरस्कार
6. पी. यू. सी. एल—इण्डिया टूडे पुरस्कार
7. समता पुरस्कार
8. अंतराष्ट्रीय सचार पुरस्कार
9. एशियाई सम्पादक पुरस्कार
10. दादा भाई नौरोजी पुरस्कार
11. गोल्डन पेन ऑफ फ्रीडम अवार्ड
12 ब्रेव जर्नलिस्ट अवार्ड
13. ग्रामीण पत्रकारिता के लिए स्टैसमैन पुरस्कार
14. मिडिया एक्सीलेन्सी अवार्ड
15. मुद्रण तथा विज्ञापन के लिए पुरस्कार
16. मातुश्री पुरस्कार
17. पुलित्जर पुरस्कार
18. मीडिया इण्डिया पुरस्कार
19. वासी रेड्डी मालती व्यास पुरस्कार
20. माणक अवार्ड
21. चन्द्रकांत बोरा पुरस्कार
22. दुर्गा रतन पुरस्कार
23. महाशय भगवानदास जन जागरण पत्रकारिता पुरस्कार
24. बी. डी. गोयनका पुरस्कार
25. भारतेन्दु हरिश्चन्द्र पुरस्कार
26. अखिल भारत संघ समाचार पत्र सम्पादक सम्मेलन के पुरस्कार
27. मुद्रण तथा विज्ञापन पुरस्कार

परिशिष्ट—6

पत्रकारिता प्रशिक्षण

भारत में निम्न विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जन-संचार के प्रशिक्षण की व्यवस्था है—

1. जन-संचार विभाग, पंजाब विश्वविद्यालय, चण्डीगढ़।
2. पत्रकारिता एवं जन-संचार विभाग-रानी दुर्गावती विश्वविद्यालय, जबलपुर (मध्यप्रदेश)
3. पत्रकारिता विभाग, रविशंकर विश्वविद्यालय, रायपुर (मध्यप्रदेश)
4. पत्रकारिता और जन-संचार विभाग देवी अहिल्या विश्वविद्यालय इन्दौर (मध्यप्रदेश)
5. पत्रकारिता विभाग, गढ़वाल विश्वविद्यालय गढ़वाल, (उत्तरप्रदेश)
6. पत्रकारिता और जन-संचार विभाग, बनारस हिन्दू विश्वविद्यालय, बनारस (उत्तरप्रदेश)
7. पत्रकारिता विभाग, पत्राचार अध्ययन संस्थान, राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर (राजस्थान)
8. पत्रकारिता विभाग, सौराष्ट्र विश्वविद्यालय, राजकोट (गुजरात)
9. पत्रकारिता विभाग, नागपुर विश्वविद्यालय, नागपुर (महाराष्ट्र)
10. पत्रकारिता विभाग, पूना विश्वविद्यालय, पूना (महाराष्ट्र)
11. पत्रकारिता विभाग, मराठवाड़ा, विश्वविद्यालय औरंगाबाद (महाराष्ट्र)
12. पत्रकारिता विभाग, शिवाजी, विश्वविद्यालय, कोल्हापुर (महाराष्ट्र)
13. पत्रकारिता विभाग, गुजरात, विश्वविद्यालय, अहमदाबाद (गुजरात)
14. पत्रकारिता विभाग, कलकत्ता, विश्वविद्यालय कलकत्ता (प. बंगाल)
15. पत्रकारिता एवं जन-संचार विभाग, पंजाबी विश्वविद्यालय, पटियाला (पंजाब)
16. पंजाब कृषि विश्वविद्यालय, लुधियाना (पंजाब)
17. पत्रकारिता एवं जन-संचार विभाग, उस्मानिया विश्वविद्यालय हैदराबाद (आन्ध्रप्रदेश)
18. जन-संचार विभाग, कालीकट विश्वविद्यालय कालीकट (
19. पत्रकारिता विभाग, मद्रास विश्वविद्यालय मद्रास (त
20. पत्रकारिता विभाग, मैसूर विश्वविद्यालय मैसूर
21. पटना विश्वविद्यालय, पटना

22. पत्रकारिता विभाग, गोहाटी विश्वविद्यालय, गोहाटी
23. पत्रकारिता विभाग, अलीगढ़ विश्वविद्यालय अलीगढ़
24. पत्रकारिता विभाग, केरल विश्वविद्यालय त्रिवेन्द्रम
25. जन-संचार विभाग, बंगलोर विश्वविद्यालय, बंगलौर
26. पत्रकारिता विभाग, कर्नाटक विश्वविद्यालय, धारवाड़
27. पत्रकारिता एवं जन-संचार विभाग, बहरामपुर विश्ववि...
28. पत्रकारिता विभाग, सागर विश्वविद्यालय सागर
29. भारतीय जन-संचार संस्थान, नई दिल्ली
30. मास कम्यूनिकेशन सेन्टर, गोविन्द वल्लभ पंत कृषि एवं विद्यालय, पंत नगर
31. पत्रकारिता विभाग काशी विद्यापीठ, वाराणसी (उत्तर प्रदेश)

अन्य संस्थान

1. भारतीय पत्रकारिता विद्यापीठ, नई दिल्ली
2. डेट लाइन स्कूल ऑफ जर्नलिज्म; नई दिल्ली
3. राजेन्द्रप्रसाद इंस्टीट्यूट ऑफ कम्यूनिकेशन एण्ड मैनेजमेन्ट, बम्बई
4. के. सी. कालेज ऑफ मैनेजमेन्ट स्टडीज, बम्बई
5. इंस्टीट्यूट ऑफ पब्लिक रिलेशंस एण्ड मैनेजमेंट, मद्रास

परिशिष्ट—7

भारत के प्रमुख समाचार-पत्र प्रकाशन गृह

1. इण्डियन एक्सप्रेस न्यूज पेपर्स, प्रा. लि. [illegible], बम्बई
2. बैनेट कोलमैन एण्ड कम्पनी लि. बम्बई
3. आनन्द बाजार पत्रिका प्रा. लि. कलकत्ता
4. अमृत बाजार पत्रिका, प्रा. लि. कलकत्ता
5. हिन्दुस्तान टाइम्स प्रकाशन, दिल्ली
6. मातृभूमि प्रिंटिंग एण्ड पब्लिशिंग कम्पनी लि. कोझीकोड
7. मलयालम मनोरमा प्रा. लि. [illegible]
8. इण्डियन नेशनल प्रेस प्रा. लि. बम्बई
9. स्टेट्समैन लिमिटेड, कलकत्ता
10. बसुमति प्राइवेट लिमिटेड, कलकत्ता
11. कस्तूरी एण्ड संस लिमिटेड, मद्रास
12. द प्रिन्टर्स (मैसूर) प्रा. लि. बंगलौर
13. नागेश्वर राव एस्टेट्स (प्रा.) लि. मद्रास
14. न्यूज पेपर्स एण्ड पब्लिकेशन्स प्रा. लि. [illegible]
15. [illegible] लिमिटेड, [illegible]
16. [illegible] लि. [illegible]
17. [illegible] लि. [illegible]
18. [illegible] प्रा. लि. बम्बई
19. [illegible] लि. [illegible]
20. [illegible] प्रा. लि. बम्बई
21. [illegible] लि. [illegible]
22. [illegible] लि. [illegible]
23. [illegible] प्रा. लि. दिल्ली
24. [illegible] प्रा. लि. [illegible]
25. [illegible] लिमिटेड, [illegible]
26. [illegible] लि. दिल्ली
27. [illegible] प्रा. लि. [illegible]
28. [illegible], दिल्ली
29. [illegible] दिल्ली

30. आर. सी. सेठ तथा अन्य अहमदाबाद
31. रामगोपाल महेश्वरी तथा अन्य, नागपुर
32. के. नरेन्द्र और अनिल नरेन्द्र दिल्ली
33. के. सी. अग्रवाल तथा अन्य कलकत्ता
34. आर. सी. बरुआ तथा अन्य, गोहाटी
35. लाभचन्द्र तथा अन्य, इन्दौर
36. के आर. नन्दगोपाल तथा अन्य, सिकन्दराबाद
37. वीरेन्द्र तथा अन्य, जालंधर
38. थान्थी ट्रस्ट प्रकाशन, मद्रास
39. विल्टस पब्लिकेशस प्रा. लि. बम्बई
40. प्रकाशन विभाग, सूचना व प्रसारण मंत्रालय, नई दिल्ली
41. सौराष्ट्र ट्रस्ट, बम्बई
42. पाटिल पुटप्पा, हुबली
43. सैयद नजीर हुसैन समनानी, जम्मू
44. के. एस. अजीम म्रातिया, बंगलौर
45. इण्डियन प्रेस प्राईवेट लि. इलाहाबाद
46. दिल्ली प्रेस-पत्र प्रकाशन प्रा. लि. दिल्ली
47. शमा डिस्ट्रीब्यूटर्स प्रा. लि. दिल्ली
48. मित्र प्रकाशन प्रा. लि. इलाहाबाद
49. दैनिक नवज्योति प्रा. लि. अजमेर
50. राजस्थान पत्रिका प्रा. लि. जयपुर
51. राष्ट्रदूत प्रा. लि. जयपुर।

पत्रकारिता-विषयक पुस्तकें

1. हिन्दी पत्रकारिता विविध आयाम	डा. वेदप्रताप वैदिक
2. जन माध्यम और पत्रकारिता-भाग 1 और 2	श्री प्रवीण दीक्षित
3 समाचार पत्रों का इतिहास	श्री अम्बिकाप्रसाद वाजपेयी
4. हिन्दी पत्रकारिता	डा. कृष्ण बिहारी मिश्र
5. स्वतन्त्रता आन्दोलन और हिन्दी पत्रकारिता	डा. अर्जुन तिवारी
6. हिन्दी पत्रकारिता	सम्पादक—रत्नाकर पांडे, बहादुरसिंह, रामव्यास
7. समाचार पत्र	श्री एम. चेलापति राव
8. सम्पूर्ण पत्रकारिता	श्री हेरम्ब मिश्र
9. हिन्दी पत्रकारिता राष्ट्रीय नव उद्बोधन	श्रीपाल शर्मा
10. हिन्दी पत्रकारिता में आठवां दशक	मारफ़ेदी
11. पत्रकारिता के अनुभव	श्री मुकुटबिहारी वर्मा
12. पत्रकारिता के अनुभव	श्री इन्द्र विद्यावाचस्पति
13. राजस्थान में हिन्दी पत्रकारिता	डा. मनोहर प्रभाकर
14. मध्यप्रदेश में पत्रकारिता का इतिहास	सम्पादक—विजयदत्त श्रीधर
15. काशी की पत्रकारिता	डा. राममोहन पाठक
16. मध्यप्रदेश में हिन्दी पत्रकारिता-एक शताब्दी	डा. कैलाश नारद
17. सम्पादक पराड़कर	श्री लक्ष्मीशंकर व्यास
18. पराड़कर जी और पत्रकारिता	श्री लक्ष्मीशंकर व्यास
19. पत्रकारिता संदर्भ ज्ञान कोष	श्री याकूबअली खां
20. पत्रकारिता के विविध रूप	डा. रामचन्द्र तिवारी
21. समाचार पत्र कला	श्री अम्बिका प्रसाद वाजपेयी
22. पत्रकारिता संकट और संत्रास	श्री हेरम्ब मिश्र
23. पत्रकार कला	श्री विष्णुदत्त शुक्ल
24. पत्र और पत्रकार	श्री कमलापति त्रिपाठी
25. आधुनिक पत्रकार कला	श्री रामकृष्ण रघुनाथ खाण्डेलकर
26. भारतीय पत्रकार कला	रौलेण्ड ई. वुलसले
27. सरस्वती और राष्ट्रीय जागरण	डा. हरप्रकाश गौड़
28. हिन्दी भाषा के सामयिक पत्रों का इतिहास	श्री राधाकृष्ण दास

29. गुप्त निबन्धावली-प्रथम भाग — स. श्री झाबरमल शर्मा
श्री बनारसीदास चतुर्वेदी
30. बालमुकुन्द गुप्त स्मारक ग्रंथ — श्री झाबरमल शर्मा
31. हिन्दी पत्रों के सम्पादक — वी. एस. ठाकुर और
सुशील कुमार पाडेय
32. आर्य समाज के पत्र और पत्रकार — डा. भवानीलाल भारतीय
33. हिन्दी पत्रकारिता के गौरव बांके बिहारी भटनागर
स. हरिवंशराय बच्चन
34. हिन्दी समाचार-पत्रों की सूची — श्री बकंटलाल ओझा
35. समाचार-पत्र शब्द कोष — डा. सत्यप्रकाश
36. पत्रकारिता के मूल सिद्धांत — डा. श्रीपाल शर्मा
37. पत्रकारिता प्रारम्भिक सिद्धांत — श्री बलजीत सिंह मतीर
38. साहित्यिक पत्रकारिता — डा. रमासिंह
39. आधुनिक पत्रकारिता — डा. अर्जुन तिवारी
40. जयपुर की पत्र-पत्रिकाओं का स्वाधीनता आन्दोलन में योगदान
डा. महेन्द्र मधुप
41. पत्रकार की आत्म कथा — श्री मूलचन्द्र अग्रवाल
42. पत्रकारिता के प्रतिमान — डा. प्रेमचन्द गोस्वामी
43. हिन्दी पत्रकारिता के 160 वर्ष — डा. रमेश कुमार जैन

समाचार लेखन एवं सम्पादन

1. समाचार सम्पादन — श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी
2. समाचार संकलन और लेखन — डा. नन्दकिशोर त्रिखा
3. सम्पादन कला — श्री के. पी. नारायणन
4. संवाद और संवाददाता — श्री राजेन्द्र
5. पत्रिका सम्पादन कला — डा. रामचन्द्र तिवारी
6. सम्पादन के सिद्धांत — डा. रामचन्द्र तिवारी
7. पत्र सम्पादन कला — श्री नन्दकुमार देव शर्मा
8. संवाददाता और समाचार लेखन — डा. यासीन दलाल
एवं डा. रमेश कुमार जैन

साज सज्जा

1. समाचार पत्र मुद्रण और साज सज्जा — श्री श्याम सुन्दर शर्मा
2. मुद्रण परिचय — श्री प्रफुल्लचन्द्र ओझा
3. मुद्रण सामग्री प्रायोगिकी — श्री एम. एस. सिसोदिया

समाचार पत्र व्यवस्था व प्रबन्ध

1. भारतीय समाचार पत्रों का संगठन एवं प्रबन्ध	डा. सुकुमाल जैन
2. समाचार पत्र व्यवस्थापन	श्री अनन्त गोपाल शेवड़े

प्रेस कानून

1. प्रेस विधि	डा. नन्द किशोर त्रिखा
2. पत्रकारिता एवं प्रेस कानून	श्री संजीव भानावत

विशिष्ट लेखन

1. रेडियो वार्ता शिल्प	श्री सिद्धनाथ कुमार
2. रेडियो लेखन	श्री मधुकर पांडेय
3. रूपक लेखन	डा. ब्रजभूषण सिंह
4. टेलिविजन कला और समाज	सम्पादक—ए विलियम-ब्लूम
5. इन्टरव्यू	डा. विष्णु पंकज
6. फिल्में कैसे बनती हैं	ख्वाजा अहमद अब्बास

जनसम्पर्क व जनसंचार

1. लोकसम्पर्क	श्री राजेन्द्र
2 भारत में जनसम्पर्क	डा. बलदेवराज गुप्त
3. जनसंचार	श्री आर. के. चटर्जी
4. संचार क्रांति	श्री नारायण मेनन
5. प्रसारण और समाज	श्री मेहरा मसाणी

भाषा योग्यता—(अनुवाद, विज्ञापन की भाषा व पत्रकारिता की भाषा)

1. हिन्दी व्याकरण	कामता प्रसाद गुरु
2. हिन्दी शब्दानुशासन	किशोरीदास वाजपेयी
3. अच्छी हिन्दी	रामचन्द्र वर्मा
4. अनुवाद कला-कुछ विचार	आनन्द प्रकाश खेमाणी और वेद प्रकाश
5. अनुवाद विज्ञान	श्री भोलानाथ तिवारी
6. अनुवाद की व्यावहारिक समस्याएँ	श्री भोलानाथ तिवारी एवं ओमप्रकाश गाबा
7. काव्यानुवाद की समस्याएँ	श्री भोलानाथ तिवारी और महेन्द्र चतुर्वेदी

8. पारिभाषिक शब्दावली कुछ समस्याएँ — स. भोलानाथ तिवारी तथा महेन्द्र चतुर्वेदी

प्रतिवेदन

भारत के समाचार पत्र — (प्रेस रजिस्टार का वार्षिक प्रतिवेदन) (सूचना प्रसारण मंत्रालय का वार्षिक प्रतिवेदन)

पत्रिकाएँ

1. संचार माध्यम — भारतीय जन संचार संस्थान डी—13, साउथ एक्सटेंशन नई दिल्ली—110048 भाग—2
2. आंचलिक पत्रकार सम्पादक — श्री विजयदत्त श्रीधर — मध्य प्रदेश आंचलिक पत्रकार संघ 83/42 तुलसीनगर भोपाल मध्यप्रदेश

History of Journalism

(1) J. Natrajan — History of Indian Journalism
(2) S. Natarajan — History of Press in India.
(3) N. K. Roy — Journalism in Press in India
(4) P. E. Wolesely — Journulism in Modern India
(5) P. S. Khera — Growth of Press and Public Opinion in India.
(6) R. R. Bhatnagar — The Rise and Growth of Hindi Journalism
(7) Dr. Sushila Agrawal — Public Opinion and Government in India.
(8) A. Noorani — Freedom of Press in India.
(9) J. N. Sahni — Truth about the Indian Press
(10) Chanchal Sarkar — Changing Press
(11) Nadig Krishnamurthy — Indian Journalism
(12) M. Chalapati Rao — Press in India.
(13) M. V. Kamath — Professional Jouralism
(14) Patanjali Sethi — Professional Journalism
(15) D. R. Manekar — The Press under Pressure
(16) Dhara, R. — Journalism for the India Working Journalist
(17) Press Registrar's Report (Latest)

(18) Press Commission Report (1982) Govt. of India Publication
(19) Some Eminent Indian Editors (I. I. M. C.)
(20) D. R. Mankeker — Press Vs the Government and during Emergency
(21) Harold L. Nelson — Freedom of the Press
(22) Sunny Thomas — Truth Imags and Distortions (A view of the Indian Press)

Press Laws—

(1) D. Basu — Press Law
(2) J. R. Mudholkar — Press Law
(3) Lioyed, H. — The Legal Limits of Journalism
(4) Mc Nae, L. C. J. — Essential Law for Journalists
(5) Steigleman, Watter, A. — (The) News Paper and the Laws
(6) Official Secrecy & the Press — (Indian Law Institute and Press Couucil of India)
(7) Contempt of Court and the Press — (Indian Law Institute and Press Council of India)
(8) Durga Das Basu — Law of the Press in India
(9) Chanchal Sarker — The Changing Press

Reporting—

(1) James Lewis — The Active Reporter
(2) Richard Grichfield — Reporting
(3) Geoffrey Harris — Practical News paper Reporting
(4) Louis M. Lyons — Reporting : The News Selections from Nieman Reports
(5) Charles Clayton — News paper Reporting Today
(6) R. M. Neal — News Gathering and News writing
(7) Amarnath — News Reporting, and Press Photography for Everybody
(8) Capple, Neale — Depth Reporting ; An Approach to Journalism
(9) Johnson, Stanley P. — The Complete Reporter
(10) Mac Dougall, Curtis Daniel — Interpretative Reporting

(11) News Agencies Pool of Non-Aligned Countries — A Perspective (I. I. M. C.)
(12) A Manual for News Agency Reporters—(I. I. M. C.)
(13) Warren, Carl H. — Modern News Reporting

Editing—
(1) Bruce Westley — News Editing
(2) Herald Evans — Editing and Design (Five Volume)
(i) Book one — News man's English
(ii) Book Two — Hendling News Paper Text
(iii) Book Three — News Headlines
(iv) Book Four — Picture Editing
(v) Book Five — News Paper Design
(3) Michael Hides — The Sub-editors Companion
(4) Herald Evans — The Active News Room.
(5) Mansfield T. J. — Sub-Editing
(6) Rae, Walter — Editing small Newspaper
(7) Baskette, Floyd K. — The Art of Editing
(8) Flint, L. N. — The Editorial
(9) Mc-Graw-Hill — Newspaper Editing, Make-up and Headlines
(10) Bastian, George C. — Editing The Days News.
(11) Leanard Ray Teel Room Taylar. — In to the News-room
(12) Waldrop, A Gayle — Editor and Editorial
(13) Hinkle, Olin ond John Henry — How to write Columns.

News Paper Management—
(1) Mc Graw-Hill — Principales of Newspaper Management
(2) Pollard, James Edward — Principales of Newspaper Management
(3) Thayer, Frank — News Paper Management
(4) Harris, Henry Wilson — The Daily Press
(5) Lowa, Wm, C. Brown and Co. — Newspaper Circulation Backbone of the Industry

(6) Goreden Jonh — Newspaper Management
(7) Sindhwani, Trilok N. — Newspaper Economics and Management

Graphics and Layout—

(1) Allen, John Edward — Newspaper Make-up
(2) Given, John La. Parte — Making A Newspaper
(3) Hartely, Jackson — Newspaper Typography
(4) Charles, L. Allen, Nelson — Journalists Manual of Printing
(5) Allen, Eric, william — Printing of the Journalist
(6) Sutton, Albert A. — Design and Makeup of the News paper

Television—

(1) Mac Neil R. — The People Machine, The Influence of Television on American Politics
(2) Charles, Anthony wainwright — Television Commercials : How to create successful T. V. Advertising
(3) Mills, Martin — How to Estimate Network T. V. Audiences
(4) Gang, I. E. — Television News : Writing, Editing, Filming, Boardcasting
(5) Hilliard, Rebert L. — Writing for Television and Radio

Film—

(1) A Bronoon — How to write commentaries for Films
(2) I. M- C. — Cinema in Developing countries
(3) Feroze, Rangoonwala — 75 years of Indian Cinema
(4) Indian Cinema (Oxford)
(5) Hamiduddin Mahmood — Caleidoscope of Indian Cinema

Radio—

(1) G. C. Awasthy — Broadcasting in India
(2) Masani, Mehra — Broadcasting and the people
(3) Masani, Mehra — All about A I. R.

(4) B. B. C. Hand book (yearly)
(5) Brooks, William F. — Radio News writing
(6) Charnley, M. V. — News by Radio

Photo Journalism—

(1) Beil, Bell, R. — The complete Press Photographer
(2) Harold Evans — Eye witness : 25 years Through world Press Photos

Public Relations—

(1) Stepheon — Hand book of Public Relations
(2) Lesly — Public Relations, Hand book
(3) A. S. Chauhan — Public Relations
(4) Baldev Singh — Public Relations
(5) Sam Black — The role of Public Relations Management
(6) Sam Black — Practical Public Relations
(7) D. S. Mehta — Hand Book of Public Relations
(8) C. V. Narasimha Reddi — Public Relations in India, Public Relations, Principles cases on problems
(9) Kaul, J. M. — Public Relations in India
(10) Bowman, Pat, Ellis, Nigel — Manual of Public Relations
(11) C. V. Narasimha Reddi — How to Be A Good P. R .O.

Advertising—

(1) C. M. Singh, Verma — Advertising Theory and Practice
(2) J. Nath — Advertising Art of Publication
(3) Baker — Advertising Layout and Art Directions
(4) Lopaechi — Advertising Layout and Typography
(5) Subrate Banerjee — Advertising and small Newspaper
(6) Jiban Mukherjee — Advertising in India
(7) Evans William Arthur — Advertising Today and Tomorrow
(8) R. B. Heath — The Mass Media Advertisement

(9) Johan, V. Lund — Newspaper Advertising
(10) Charles L. whittier — Creative Advertising
(11) H. W. Hepner — Modern Advertising
(12) Philip W. Barton — Principles of Advertising
(13) Schwale, Victor, O — How to Write a good copy
(14) Burton, Philip Warld and Bowman Kreer — Advertising Copy-writing
(13) Mc Naughlon, Harry H. — Copy Reading

Mass media—

(1) William L. Rivers — The Mass Media—Reporting—writing—Editing
(2) Hunt Todd — Reviewing for the mass media
(3) Media Problems and Prospects — (Published by National) media centre)
(4) Brown, Charlene J. — The media and the people
(5) Schramm, Wilbur — The process and Effects of mass communication
(6) Schramm, Wilbur — Responsibility mass communication
(7) Emery, Edwin — Intrdduction the mass communication

Journalism—

(1) Harold Herd — The March of Journalism
(2) Frank Candlin — Teach yourself Journalism
(3) B. Sengupta — Journalism as a career
(4) J. F. Mansfield — The complete Journatist
(5) Astbury, Arthur, Kenelm — Freelance Journalism
(6) Butler, Edward Harry — An Introduction to Journalism
(7) Crump, Spencer — Fundamentals of Journalism
(8) Wain wright, David — Journalism Made Simple
(9) Rangaswami Parthasarathy — Basic Journalism
(10) B. N. Ahuja — Theory and Practice of Journalism

Newspaper—

(1) Dibblee, G. B. — Newspaper
(2) Bardley Duane — The Newspaper; its place in a Democracy

(3) Ralph E Dyer, Harper — Newspaper Promotion and Research

Feature Writing—

(1) Patterson, Helen M. — *Writing and* selling Feature Articles

(2) *Shoenfold, C. A.* — *Effective Feature Writing*

(3) Nicholls, Brain — Features with Flair (Press Institute of India, New Delhi)

(4) Steigelman, W. — Writing the Feature Article

Journals—

(1) *Vidura—Press Intitute of India, New Delhi*

(2) Working Journalist, I. F. W. J. 29, New Central Market, *Cannaught Circus, New Delhi*

(3) Alpha, Bhartiya Vidya Bhawan, Bombay–7

(4) Communicators—*(I. I. M, C.)*



Glossary of some Television Terms

1. **GRAPHICS**—The application of graphic art of TV. Two dimensional illustrative material cards usually 12"× 9" containing lettered captions, drawing, maps, charts illustrations etc.

2. **ASPECT RATIO**—Proprtional relationship of the width of the television picture to the height. In television the aspect ratio is four units wide by three units high.

3. **CAPTION**—An item of graphics, in 4 : 3 ratio, carrying lettering of drawings (or photographic material). The most common size is 12"×9".

4. **CAMERA MOVEMENT**

Zoom in—Increase focal length of zoom lense to give a tighter shot or narrow angle shot.

Zoom out—Decrease focal length of zoom lense to give a looser shot or wide angle shot.

Tilt—Move camera up and down in vertical plane. A techinique by which additional portion of a sconels area can be shown by tilting the camera vertically.

Tilt down—Move camera down.

Tilt up—Move camera up

PAN (Pan rtght & Pan Left) : Move camera head from side to side in horizonal plane.

Truck (Truck Right & Truck Left)—To move a [illegible] de- way on its dolly.

5. CAMERA SHOTS

Establishing shot—Wide shot sometimes introduced at the beginning of a scene to establish the inter-relationship of details to be shown subsequentiy In closer shots to avoid confusion in viewer's mind.

Close up—A close shot of a subject (D. G. featuring the head and shoulders of a subject) or a close view of an object.

Long shot—A shot taken from a distance far enough away to include a complete view of the scene.

Medium close-up—A shot, in which the head, shoulders and upper cheast of the subject fill the frame.

Medium long shot—A shot in which the subject is seen above the knee.

Overshoulder shot—A shot in which the main subject is seen with the back of another person's head and shoulders in the foroground.



संदर्भ पुस्तकें

1. समाचार सम्पादन—श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी
2. पत्र और पत्रकार—कमलापति त्रिपाठी और पुरुषोत्तमदास टंडन
3. पत्र सम्पादन कला—श्री नन्द कुमार देव शर्मा
4. भारतीय पत्रकार कला—रौलेण्ड ई. वूलसले
5. सम्पादन के सिद्धांत—डॉ. रामचन्द्र तिवारी
6. पत्रकारिता के मूल सिद्धान्त—डॉ. श्रीपाल शर्मा
7. पत्रकारिता संदर्भ ज्ञान कोष—याकूब अली खां
8. सम्पादन कला—के. पी. नारायण
9. आधुनिक पत्रकारिता—डॉ. अर्जुन तिवारी
10. पत्रकार कला—श्री विष्णुदत्त शुक्ल
11. आधुनिक पत्रकार कला—रा. र. खाडिलकर
12. जन माध्यम और पत्रकारिता—प्रवीण दीक्षित
13. हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम—डॉ. वेद प्रताप वैदिक
14. समाचार संकलन और लेखन—डॉ. नंद किशोर त्रिखा
15. समाचार पत्र कला—श्री अम्बिका प्रसाद वाजपेयी
16. समाचार पत्र, मुद्रण और साज-सज्जा—श्री श्याम सुन्दर शर्मा
17. मुद्रण कला—श्री छविनाथ पाण्डेय
18. मुद्रण परिचय—श्री प्रफुल्ल चन्द ओझा 'मुक्त'
19. हिन्दी वर्तनी का मानकीकरण (केन्द्रीय हिन्दी निदेशालय, रामकृष्ण पुरम नई दिल्ली)
20. भारतीय समाचार पत्रों का संगठन और प्रबन्ध—डॉ. सुकुमाल जैन
21. पत्रकारिता के प्रतिमान—डॉ. प्रेमचन्द गोस्वामी
22. पत्रकार की आत्मकथा—मूलचन्द अग्रवाल
23. पत्रकारिता के अनुभव—इन्द्र विद्या वाचस्पति
24. सम्पूर्ण पत्रकारिता—हेरम्ब मिश्र
25. पत्रकारिता : संकट और संत्रास—हेरम्ब मिश्र

पत्र पत्रिकाएँ

1 संचार माध्यम—भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली
2. आंचलिक पत्रकार—स. विजयदत्त श्रीधर, भोपाल

3. पत्रकार-पराडकर जन्म शताब्दी-1984—काशी पत्रकार संघ, वाराणसी
4. कलम के सिपाही—भारतीय पत्रकार मंडल, गंगोट (सहारनपुर) उ. प्र.

1. News Editing—Burce Westly
2. News paper Editing, make up & Head lines—Norman Radder
3. News paper Design—Allen Hutt
4. News paper To-day—Alen Pitt Robbins
5. Design and Make-up of the News paper—Albert A. Sutton
6. Sub-Editor's Companion—Michael Hides
7. Sub-editing—F. J. Mansfild.
8. Modern News paper Production—Allon woods
9. Professional Journalism—H. V. Kamath.
10. The Active News Room—I P I mannual.
11. News Headlines—Evans Harold
12. Handling News paper Text—Evans Harold
13. News Editting and Display—Brown Charles
14. Copy Reading and News Editing—Taylor H. B. and Scher J.
15. Editing the Day's News—Bastion G. C., Case L. D. and Baskett F. K.
16. Creative News Editing—Crowell Alfred.
17. Modern News paper Design—Arnold E. C.
18. Basic Journalism—Rangaswami Parthasarathy
19. Theory and Practice of Journalism—B. N. Ahuja
20. Journalism and the student Publication—Frederick W. maguire.

Journals

1. Vidura—Press Institute of India, New Delhi
2. Working Journalist—Indian Federation of working Journalists, New Delhi

दकीय

जयपुर में

द्र माथुर

" कोई नया या अपरिचित अखबार नहीं है।
पढ़ा नहीं जाता। लेकिन अब तक आप उसे
आज से नवभारत टाइम्स जयपुर का और

एक कारण यह है कि दिल्ली नामक शहर
। भूगोल के कारण नहीं बल्कि अपने चरित्र
ातिनिधित्व करती है जो भारत और इंडिया के
के कल्चर के बीच बरसों से इस देश में मौजूद
ी से जयपुर आता है, तो मानो वह अपने
तरह वह अपना पर्यावरण पा लेता है।

क्यों है, यह एक अलग और लम्बा विषय
लेकिन एक बात साफ है। अगर लोकतंत्र में
रतीयकरण होकर रहेगा। और दिल्ली वस्तुतः
जो भी आज राजधानी है, उसे कल ढाणी
राजस्थान-आगमन को भी आप इसी संदर्भ
हर में इस अखबार का रिश्ता राज से कम

जाना चाहिए था। पर जैसी कि कहावत हैं
ी करता है। दस साल एक पहले शहर से छप-
दैनिक (दिल्ली के अलावा) देश में नहीं था।
एक मानें में हिन्दी दैनिक पत्रकारिता को
है। जिस मुकाम पर मलयालम या बंगला
पहुँच चुके थे, वहाँ हिन्दी के दैनिक इन दिनों
यह समृद्धि 'नवभारत टाइम्स' के लिए भी
नीचे का जल-तल यदि ऊँचा होता है तो कोई

हैं, जो हिन्दी पत्रकारिता को अभी छूने हैं।
र में आपके सामने उपस्थित होने की कोशिश
र्याप्त और समूचा हो, बल्कि उस 'नवभारत
ा हो, जिसे आप बरसों से जानते रहे हैं।
टाइम्स की पहली कोशिश यह होगी कि इस

राज्य के लोग राज
के ग्राहकों के कारण
समूचा राज्य प्रति
के पाठक को वास्त
प्रयास होगा कि ऐस

लेकिन रा

देखेंगे। दुनियाँ को
बारे में आप शायद
टाइम्स-समूह के पा
मुकल जयपुर के न

हम कहना

लोकतंत्र का कोई
हजार किस्म के फू
सुबह खिलकर दोप
खुशबू के साथ वह
की पहली किरण के
क्या किसी से होड़

नवभारत ट

तरह था। लेकिन
अखबार में पाएँगे।
मीठे लगेंगे, क्योंकि

अधिकतर

हैं कि यह एक रेडीमे
हिसाब से बनाकर
न आए वहाँ कोसना

'नवभारत

देने में आपका भी ह
की बौद्धिक उर्जा का
आस्था के प्रतीक हो
का आईना होता है
पर बिछाने की कोशि

जयपुर के न

सभी पाठकों को भार
होता ही है। लेकिन
जिसके पास बहने के
में कई फूल आपके हं
में सहभागिता की य

स्थान को अपनी पूरी समग्रता में देखें, और पहचानें। स्थानीयत
3ा कई बार ऐसा अखबार पाना मुश्किल हो जाता है कि जिसमें
4सम्मित हो। जो कोटा के पाठकों को जोधपुर की ओर जोधपुर
ड़ा की बदलती जिन्दगी की खबर दे सके। 'नवभारत टाइम्स' का
1ा अखिल-राजस्थानी अखबार बने।

2रस्थान के चश्मे से हम सिर्फ राज्य को ही नही, सारी दुनिया को
3देखे बगैर काम कैसे चलेगा। इस बारे मे हमारी क्षमताओं के
4 पहले से ही परिचित और आश्वस्त रहे है। कहना न होगा कि
5र खबरें इकट्ठी करने के लिए संवाददाताओं का जाल है, उसके
6वभारत टाइम्स मे भी झलकेंगे।

7 चाहेंगे कि किसी प्रतिस्पर्धा-भाव से हम राजस्थान नही आ रहे।
8र्थ है, तो भारत मे हजारों बगीचे होने चाहिए और हरेक मे
9ल खिलने चाहिए। अखबार यों होता कागज का फूल है, जो
10र तक मुरझाने लगता है। लेकिन एक खास किस्म की खानदानी
11 दिन प्रतिदिन आपके घर मे प्रवेश करता है। भिनसारे में सूरज
12 साथ जो खुशबू आपके उनींदे दरवाजे पर दस्तक देती है, वह
13ने रही होती है?

14टाइम्स अब तक आपके लिए दूर की खुशबू और दूर के ढोल की
15 आज से आप प्रतिदिन राजस्थान की मिट्टी की गंध भी इस
और दूर के ढोल, हमें विश्वास है, पास आकर आपको और भी
16पत्रकारिता की वायवृन्द का कुछ अनुभव हमे है।
17लोग अखबारों के सामने असहाय-सा महसूस करते हैं। वे सोचते
18ड चीज है, जो अखबारनवीसों ने अपनी रुचि और अक्ल के
19मे दी है। ग्राहक के नाते हमें सिर्फ पढ़ना है, और जहाँ पसन्द
20 है। अखबार को गढ़ने मे हमारा क्या हाथ हो सकता है?

Jo टाइम्स' की ओर से हम कहना चाहेंगे कि इस पत्र को रूपाकार
ाय होगा। जैसे कोई विश्वविद्यालय अपने आस-पास के समाज
1. प्रतीक होता है, और खेड़े के बाहर खड़े भैरूजी गांव भर की
2. ते है, उसी तरह अखबार भी अपने आस-पास के घात-प्रतिघातों
। जो झनझनाहट बाहर होती है, उसे ही अखबार अपने पन्नों
ाश करता है।

वभारत टाइम्स को सही शक्ल देने के अभियान मे हम अपने
दारी का न्योता देते हैं। अपना मंत्र तो यह है हर दैनिक के पास
हर चौकस पाठक एक माने में हमारा संवाददाता है, और
कुछ अनूठा है, वह हमारा संभावित लेखक है। इस अखबार
गे, लेकिन अब गुलदस्ता हमारा होगा। आशा है अखबारनवीसी
की धार निखरते हुए स्वीकार करेंगे।

डा॰ रमेश कुमार जैन

जन्म–राजस्थान के जयपुर शहर में, बचपन नागपुर (महाराष्ट्र) में बीता, प्रारम्भिक शिक्षा भी वहीं हुई। 'नया खून' (साप्ताहिक-पत्र) नागपुर, के सम्पादक स्व॰ कृष्णानंद सोख्ता के संरक्षण और मार्गदर्शन में पत्रकारिता का पाठ पढ़ा।

शिक्षा–एम॰ ए॰ (हिन्दी साहित्य, इतिहास), राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर से सन् 1975 में 'शरतचंद्र और जैनेन्द्र कुमार के उपन्यासों का तुलनात्मक अध्ययन' पर पी॰एच॰डी॰ की उपाधि, डिप्लोमा पत्रकारिता, सम्पादनकला विशारद, साहित्यरत्न, साहित्यालंकार, प्रभाकर।

बाल्यकाल से ही लेखन और पत्रकारिता में रुचि। पत्रकारिता का प्रारम्भ जयपुर से प्रकाशित 'राष्ट्रदूत' हिन्दी दैनिक से। इसके बाद हिन्दुस्तान समाचार समिति, जयपुर व दिल्ली में लगभग पांच वर्ष तक मुख्य उप सम्पादक के पद पर कार्य।

सन् 1975 में पत्रकारिता को छोड़कर लगभग छः वर्ष तक चमड़िया महाविद्यालय, फतेहपुर शेखावाटी (राज॰) में हिन्दी प्राध्यापक रहे। सम्प्रति: पत्रकारिता विभाग, पत्राचार अध्ययन संस्थान, राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर में प्रभारी एवं सहायक प्रोफेसर।

आवरण मुद्रक :
प्रगति प्रिन्टर्स, जयपुर